Fabiano Eloy Atílio Batista
(Organizador)

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos contemporâneos

Ano 2021

Fabiano Eloy Atílio Batista
(Organizador)

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos contemporâneos

Ano 2021

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Ano 2021

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Comunicação e cultura: processos contemporâneos

Diagramação: Maria Alice Pinheiro
Correção: Amanda Costa da Kelly Veiga
Indexação: Gabriel Motomu Teshima
Revisão: Os autores
Organizador: Fabiano Eloy Atílio Batista

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

C741 Comunicação e cultura: processos contemporâneos / Organizador Fabiano Eloy Atílio Batista. – Ponta Grossa - PR: Atena, 2021.

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acesso: World Wide Web
Inclui bibliografia
ISBN 978-65-5983-539-3
DOI: https://doi.org/10.22533/at.ed.393212709

1. Comunicação. 2. Cultura. I. Batista, Fabiano Eloy Atílio (Organizador). II. Título.

CDD 302.2

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce,* ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

Ano 2021

APRESENTAÇÃO

Estimados leitores e leitoras;

Sendo considerada uma característica intrínseca do homem, comunicar – em suas diversas formas – é considerado um valor que partilhamos em comum; e como apregoava *Aristóteles* é o que nos transforma em "seres políticos".

Embora os termos Comunicação e Cultura, a princípio, pareçam sólidos e indiscutíveis, não é o que de fato ocorre. As questões que dizem respeito a essas duas categorias, variáveis historicamente e socialmente, se configuram num complexo emaranhado de questões que merecem ser cotidianamente perscrutadas.

Nesse sentido, a coletânea **Comunicação e Cultura: processos contemporâneos** busca, de forma crítica e com alto rigor metodológico e científico, ao longo de 6 (seis) capítulos tencionar discussões que abordam os processos comunicacionais e suas mediações e interações em sociedade.

Nesse sentido, os dois primeiros capítulos que abrem as discussões, intitulados '*Narrativa Transmídia e Metaverso*' e '*Narrativas da diferença na publicidade audiovisual brasileira*', buscam explorar as questões em torno das Narrativas, empreendendo os elementos constitutivos das veiculações midiáticas, imagéticas e sonoras, por exemplo, e nos oportunizando uma percepção e compreensão do fenômeno de forma holística.

Em seguida, os capítulos intitulados '*Chega pro lado, deus, estou tuitando a verdade – uma análise retórica dos tweets de trump*' e '*Curadorias artísticas virtuais: o Instagram como lócus da arte*', que compõe, respectivamente nosso terceiro e quarto capítulo, busca trazer reflexões sobre os ambientes das redes sociais, sobretudo Instagram e Twitter, e como estes espaços mediam nossas interações na contemporaneidade, sobretudo em tempos de pandemia onde houve uma ampliação do uso desses meios.

Encerrando nossa coletânea, de maneira brilhante, temos o quinto e sexto capítulo, intitulados *'Transumanismo vida eterna, humanidade potencializada ou euforia pronta para mercantilização'* e '*Gays de direita e a nova onda conservadora*', que buscam traçar considerações sobre as relações entre a mídia e as produções de sentido na/para a sociedade.

Ademais, a coletânea **Comunicação e Cultura: processos contemporâneos** apresenta apontamentos atuais sobre as múltiplas relações entre os meios de Comunicação e a Cultura, construindo novos olhares para que possamos ampliar nossa visão de mundo e sobre os sujeitos, impactando, significativamente, nos nossos modos de pensar e agir, e nos modos de ser/estar socialmente.

Por fim, a coletânea torna-se fundamental para construção de debates e reflexões, em diálogos com diferentes dispositivos da comunicação, para podermos pensar o(s) lugar(es) das mídias na cultura contemporaneamente.

A todos e todas, esperamos que gostem e que tenham uma agradável leitura!

Fabiano Eloy Atílio Batista

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1

NARRATIVA TRANSMÍDIA E METAVERSO ESTRATÉGIAS MULTIPLATAFORMAS EM "ESPECTROS – UM DRAMA FAMILIAR", DE HENRIK IBSEN

Data de aceite: 21/09/2021

Data de submissão: 19/07/2021

Thiago Berzoini
Mestre em Comunicação (FACOM/UFJF), doutorando pelo PPG-Letras: Estudos literários (UFJF); professor no Centro Universitário Academia/JF
http://lattes.cnpq.br/1866914701962923

Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho "Comunicação e Culturas Digitais", do XI Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social de Minas Gerais, 18 e 19 de outubro de 2018, publicado originalmente nos Anais ECOMIG 2018.

RESUMO: O presente artigo diz respeito a experimentações sobre narrativa transmídia, expandidas até o metaverso na intenção de possibilitar ao espectador a possibilidade de interatividade e imersão dentro do universo ficcional criado a partir de uma peça teatral; possibilitando a realização de um projeto prototípico que gera reflexões quanto ao metaverso, imersão, agenciamento e outros conceitos agregados a ambientes virtuais e suas vertentes, amparados por alguns teóricos como Henry Jenkins, Janet Murray, Carolyn H. Miller.

Palavras-Chave: Narrativa Transmídia; Teatro; Metaverso; Second Life; Interatividade.

TRANSMEDIA NARRATIVE AND METAVERSE CROSS-PLATFORM STRATEGIES IN "GHOSTS – A FAMILY DRAMA", BY HENRIK IBSEN

ABSTRACT: The paper concerns about transmedia storytelling expanded to the metaverse with the intention of allowing the viewer the possibility of interactivity and immersion in the fictional universe created from a play. It makes possible the realization of a prototype project that creates reflections on the metaverse, immersion, agency and other concepts added to the virtual environment and its variations, supported by some theorists like Henry Jenkins, Janet Murray, Carolyn H. Miller.

KEYWORDS: Transmedia Storytelling; Theatre; Metaverse; Second Life; Interactivity.

Em julho de 2011, a Cia. Teatral Caravela das Artes levou aos palcos da cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais, a peça *Espectros – um drama familiar*[1], de Henrik Ibsen, dirigida por Thiago Berzoini. E foi proposta, então, a aplicação de narrativa transmídia tendo a peça como matriz midiática e proporcionando conteúdos que levassem o espectador a

1 O drama familiar acompanha uma noite na Mansão Alving, na véspera da inauguração do orfanato em memória ao falecido Capitão Alving, figurão da cidade envolto em polêmicas. A viúva Helen Alving recebe em sua casa a visita do Pastor Manders, responsável pela administração do Orfanato. O filho do Capitão, Oswald Alving, um artista plástico, retorna a seu lar após anos vivendo em Paris. Essa noite mudará para sempre a vida dessas pessoas, incluindo a governanta da mansão Regina e Jacob, o marceneiro do orfanato. Nesta noite as verdades ecoam pela casa, como espectros que atormentam esse lar, e a partir daí o passado se torna latente, uma ameaça que lentamente arruína a existência dessas pessoas.

diversos pontos de entrada na narrativa, dentro de um universo ficcional criado a partir dos personagens de Ibsen e com algumas referências às montagens anteriores feitas pela mesma companhia.

Dentre os conteúdos transmídia, foram feitos cinco vídeos promocionais com tramas girando em torno das personagens da peça e que se passavam anos ou meses antes da história vista na montagem, além de história em quadrinhos, áudio-teatro e outros materiais como o programa da peça. Este tinha o formato de um jornal antigo, o *Mensageiro do Povo*, citado muitas vezes durante a adaptação. Todos os materiais produzidos podiam ser acessados através de um endereço eletrônico[2]. Todavia, a possibilidade de levar o espectador a explorar o universo ficcional criado para promover a peça gerou um protótipo experimental, ao expandir-se a narrativa transmídia a um ambiente virtual. Almejava-se, assim, trabalhar[3] com três aspectos relacionados à interatividade, agência e imersão, sendo que os dois primeiros deveriam contribuir para o terceiro item. E esse ponto de experimentação leva este estudo a trabalhar questões inerentes a ambientes imersivos e à narrativa interativa, como será visto adiante.

Sobre imersão deve-se entender que o conceito aqui utilizado é entendido como:

> (...) a experiência de ser transportado para um lugar primorosamente simulado, prazerosa em si mesma, independente do conteúdo da fantasia. Referimo-nos a essa experiência como imersão. Imersão é m termo metafórico derivado da experiência física de estar submerso na água. Buscamos de uma experiência psicologicamente imersiva a mesma impressão que obtemos em um mergulho no oceano ou numa piscina: a sensação de estarmos envolvidos por uma realidade completamente estranha, tão diferente quanto à água e o ar, que se apodera de toda nossa atenção, de todo nosso sistema sensorial. Gostamos de sair do nosso mundo familiar, do sentido de vigilância que advém de estarmos nesse lugar novo e do deleite que é aprendermos a nos movimentar dentro dele. (...) num meio participativo implica em aprender a nadar, a fazer coisas que o novo ambiente torna possíveis. (MURRAY, 2003, p.102)

A palavra “interatividade” é descrita e utilizada de várias maneiras, geralmente envolvendo expressões como imersiva, participativa, reativa, e como um ato de “reações de resposta”, porém é continuamente ligada à questão de possuir caráter participativo, uma comunicação bidirecional, e de ter “respostas para uma resposta”. (MEADOWS, 2003).

Logo, Carolyn Handler Miller diz sobre as duas formas existentes de relacionar-se a um conteúdo, a interativa e a passiva:

> (…) interatividade é uma das duas maneiras possíveis de se relacionar ao conteúdo; a outra maneira de se relacionar é a passiva. Se você se diverte de maneira passiva a uma forma de entretenimento, você não está fazendo nada mais do que assistir, ouvir ou ler. Mas se você está experimentando uma forma de conteúdo interativo, você está diretamente envolvido com o

---

2 http://www.espectroscaravela.blogspot.com

3 O trabalho foi parte da dissertação de mestrado apresentada no PPG-COM/UFJF, sob orientação do prof. dr. João Queiroz e coorientação do prof. dr. Luis Dourado.

> material, você é participante. Você pode manipular, explorar, ou influenciar em uma variedade de formas. Como a palavra "interatividade" indica, é uma experiência ativa. Você está fazendo alguma coisa. E o prefixo "inter" significa "entre", nos dizendo que estamos falando sobre uma relação ativa entre usuário e o conteúdo. São duas vias de câmbio. Você faz algo, o conteúdo reage ao que você fez. Ou o conteúdo demanda algo de você e você responde a isso de alguma forma. . (MILLER, 2004, p.54, tradução nossa)4.

Consensualmente, a interatividade consiste numa ação e reação em resposta ao agenciamento de um conteúdo. As possibilidades de agenciamento em um conteúdo narrativo são limitadas. Apesar de experiências como as vivenciadas em um teatro participativo darem a impressão de interação, o agenciamento é limitado. O teatro participativo (às vezes chamado interativo) é aquele em que a quarta parede[5] é "quebrada" e o ator interage com o espectador dando uma falsa ideia de interatividade; essa experiência não nos parece ideal.

Em *Espectros – um drama familiar,* o interessante parecia não ser quebrar a quarta parede com os atores durante o espetáculo; afinal, um tanto de imersividade já era fornecida ao espectador, quando, ao se sentar no anfiteatro, recebia uma versão impressa do jornal Mensageiro do Povo e um dossiê sobre uma das personagens citadas na montagem. A "troca direta" entre ator e público ficaria guardada para outro momento, em um meio mais apto a absorver uma experiência imersiva, que possibilitasse inclusive a interatividade com respeitável grau de agenciamento: o metaverso. Mas antes de qualquer exploração sobre o metaverso ou ciberespaço, resta ainda esclarecer alguns termos, estabelecer como são utilizados nesse trabalho. Por exemplo, seria útil uma pequena explanação sobre o uso inadequado e inadvertido de "interatividade". A utilização "descontrolada" do termo gera confusões, e faz com que seja utilizado em momentos nos quais não se tem qualquer possibilidade de agenciamento, ou seja, a ação gera uma consequência que não é escolha real do indivíduo, pois ela já está pré-programada a acontecer.

> A agência então, vai além da participação e da interatividade. Como prazer estético, uma experiência a ser saboreada por si mesma, ela é oferecida de modo limitado nas formas de arte tradicionais, mas é mais comumente encontrada nas atividades estruturadas as quais chamamos jogos. Portanto, quando se transfere a narrativa para o computador, ela é inserida num domínio já moldado pelas estruturas dos jogos. (MURRAY, 2003, p.129)

---

4 (..) interactivity is one of only two possible ways of relating to content; the other way is to relate to it passively. If you are passively enjoying a form of entertainment, you are doing nothing more than watching, listening, or reading. But if you are experiencing an interactive form of content, you are directly involved with the material; you are a participant. You can manipulate, explore, or influence it in one of a variety of ways. As the word "interactive" indicates, it is an active experience. You are doing something. And the prefix "inter" means "between," telling us that we are talking about an active relationship between the user and the content. It is a two-way exchange. You do something; the content reacts to what you've done. Or the content demands something from you, and you respond in some way. (MILLER, 2004, p.54)

5 A "quarta parede" pode ser definida como "uma parede imaginária situada na frente do palco do teatro, através da qual a plateia assiste passiva à ação do mundo encenado". Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Quarta_parede Acessado em 25/07/2011

Assim, tendo em mente essa possibilidade de gerar um conteúdo novo e com capacidade de causa e efeito por aqueles que são espectadores, levar a narrativa a um ambiente virtual pareceu uma maneira interessante de provocar agenciamentos. E, dessa forma, faz-se pertinente mencionar o surgimento de um "novo" espectador representado por uma tríade, proposta por Stephen Dinehart em seus estudos sobre narrativa transmídia e *interactive narrative design.* Trata-se do "espectador/usuário/jogador"[6]; neste estudo, sugere-se que o termo "jogador" seja alterado para "interator", para evitar equívocos conceituais, já que a ideia de "jogo" representaria:

> Uma atividade ou ocupação voluntária, exercida dentro de certos e determinados limites de tempo e espaço, segundo regras livremente consentidas, mas absolutamente obrigatórias, dotado de um fim em si mesmo, acompanhado de um sentimento de tensão e alegria e de uma consciência de ser diferente da vida cotidiana. (HUIZINGA, 2007, p. 33).

A citação acima traz a definição clássica de Huizinga. Sob essa definição do livro *Homo Ludens*, a proposta apresentada nos parece caber dentro do termo "jogo" (porém, atualmente, os jogos são também definidos sob uma ótica fortemente ligada a jogos eletrônicos - que não existiam, ainda, nos tempos de Huizinga). As seguintes definições parecem mais próximas ao termo como empregado por Dinehart em sua tríade.

Em *The Art of Game Design* (SCHELL, 2008), o autor questiona a definição de jogo e, a partir de uma das várias possíveis definições, desvela a sentença: "Games are an exercise of voluntary control systems, in which there is a contest between powers, confined by rules in order to produce a disequilibrial outcome" (AVEDON, SUTTON-SMITH apud SCHELL, 2008, p. 31).

> Em primeiro lugar, "um exercício de sistemas de controle voluntário": Ou seja, como jogar, os jogos acontecem (se inserem) voluntariamente. Segundo, "uma competição de poderes": Isso parece ser parte da maioria dos jogos. Duas ou mais coisas lutando pelo domínio de algo. Alguns jogos ***single-player*** nem sempre são assim (você pode realmente chamar Tetris de "uma disputa de poderes"?"), mas esta frase perpassa duas coisas: jogos têm objetivos e os jogos têm conflito. Terceiro, "confinados pelas regras": Um ponto muito importante! Jogos têm regras. Brinquedos não têm regras. Regras são definitivamente um dos aspectos que definem os jogos. Quarta, "um resultado desequilibrado": desequilibrio é uma palavra interessante.Não significa simplesmente "desigual". Pelo contrário, implica que uma vez houve equilibrio, mas que foi então perdido. Em outras palavras, as coisas começaram (nas mesmas condições), mas então alguém ganhou. Isto é certamente verdade na maioria dos jogos - se você jogar, você vai ganhar ou perder. Portanto, esta definição aponta algumas qualidades-chave importantes para os jogos: Q1. Jogos são acessados voluntariamente; Q2. Jogos têm objetivos; Q3. Jogos têm conflito; Q4. Jogos têm regras; Q5. Jogos podem ser ganhados e perdidos (SCHELL, 2008, p.31, tradução nossa)[7].

---

6 http://narrativedesign.org/2011/01/transmedia-storytelling-defined/

7 First, "an exercise of voluntary control systems": That is, like play, games are entered willfully. Second, "a contest of powers": That does seem to be part of most games. Two or more things striving for dominance. Some single-player games don't always feel this way (would you really call Tetris a contest of powers?), but this phrase gets across two things:

E, a partir dessas definições e qualidades, a proposta escaparia ao termo. A princípio, parece ser consensual que um jogo implica na existência de um desafio e consiste em vitória ou derrota. Entretanto, não há "jogo" na proposta; o que há é uma possibilidade de unir as peças fragmentadas dessa narrativa transmídia, de modo a chegar num resultado de maior imersão e absorção de dados sobre a diegese em questão. Mas o espectador não perde nem ganha, caso não consiga ou não queira se aprofundar nos materiais transmídia. O espectador está como um ser que interage com os materiais e sua narrativa. Até mesmo na extensão dessa proposta em um ambiente virtual, não há um objetivo de ganhar e sim uma proposta de troca e sociabilidade resultando na imersão do espectador dentro daquele universo ficcional, se tornando assim colaborador na construção de conteúdo.

Ele deixa de ser espectador da peça e se torna, naquele mundo virtual, um personagem que interage, e essa é uma das características possibilitadas pela interatividade com real agência. Logo, a imersão se torna um aspecto ainda mais poderoso em uma mídia interativa. E, por esse motivo, parece caber melhor à proposta a palavra interator formando o Espectador/Usuário/Interator (EUI).

Como aparatos mais diretos de interação e agência, a exploração foi feita no ciberespaço, considerando este como um termo emprestado da *ficção científica*, que condiz em parte com "um afastamento da infraestrutura da internet, [e] é usado como 'metáfora de espaço mental criado quando alguém acessa um computador em rede'"(PEREIRA, 2009). O termo foi utilizado por William Gibson, em seu romance *Neuromancer*, e desde então vem sendo aplicado em diversos estudos no campo da *world wide web* e demais campos da "cibercultura". Apesar disso, a definição para o termo surge mais inspirada pelos jogos eletrônicos do que pelo conceito de internet que só viria a se popularizar anos depois (TURKLE apud TAVARES, 2004, p.214); e conforme podemos notar a partir do trecho encontrado no romance:

> — A matriz tem a sua origem nos jogos eletrônicos primitivos — disse a voz — nos primeiros programas gráficos e nas experiências militares com expansores cranianos. — No monitor Sony uma guerra do espaço, bidimensional, desaparecia atrás de uma floresta de fetos gerados matematicamente, demonstrando as possibilidades espaciais das espirais logarítmicas; metragem militar azul-frio ardida; animais de laboratório ligados por fios a sistemas de ensaios; elmos alimentando circuitos de controle de incêndio de tanques e aviões de combate. — O ciberespaço. Uma alucinação consensual, vivida diariamente por bilhões de operadores legítimos, em todas as nações, por crianças a quem estão ensinando conceitos matemáticos... Uma representação gráfica de dados abstraídos dos bancos de todos os computadores do sistema humano. Uma complexidade impensável. Linhas

games have goals, and games have conflict. Third, "confined by rules": A very important point! Games have rules. Toys do not have rules. Rules are definitely one of the defining aspects of games. Fourth, "a disequilibrial outcome": disequilibrial is an interesting word. It does not simply mean "unequal," it instead implies that at one time there was equilibrium, but that it was then lost. In other words, things started out even, but then somebody won. This is certainly true of most games — if you play, you either win or lose. So this definition points out some key qualities important to games. Q1. Games are entered willfully.; Q2. Games have goals.; Q3. Games have conflict.; Q4. Games have rules.; Q5. Games can be won and lost (SCHELL, 2008, p.31).

> de luz alinhadas que abrangem o universo não-espaço da mente; nebulosas e constelações infindáveis de dados. Como luzes de cidade, retrocedendo (GIBSON, 2003, p.53).

Todavia não se nega que "qualquer um que trabalhe com computadores parece desenvolver uma fé intuitiva de que existe algum tipo de espaço atual por trás das telas" (TAVARES, 2004, p.214). O endereço eletrônico era uma plataforma de distribuição de conteúdo transmídia, trazendo uma forma de utilizar o ciberespaço como ferramenta.

EXPERIMENTAÇÕES NO METAVERSO

A outra experimentação foi feita visando uma "imersão" maior, a exploração em um ambiente virtual. Não é novidade que as narrativas transmídia, principalmente aquelas relacionadas às grandes franquias, como, por exemplo, *Lost* ou *Matrix*, se estendam com a experiência narrativa por meio de jogos eletrônicos em ambiente virtuais. Todavia, apesar das opções que os jogos eletrônicos vêm fornecendo – cada vez mais – de interatividade e possibilidades de imersão, para as quais não cabe aqui uma maior explanação, é perceptível que o grau de agência nos jogos é ainda limitado, por maiores que sejam as liberdades de interação com o mundo virtual ali representado. Não parece, inclusive, que haja alguma proposta que seja realmente interativa e/ou imersiva. Há ainda limitações várias no que se trata de interação homem-ambientes virtuais e nos quesitos referentes à inteligência artificial.

Todavia, algumas opções permitem uma exploração menos direcionada, mais ampla, e sem regras pré-estabelecidas sobre universos ficcionais. A construção desses mundos virtuais, desses universos ficcionais explorativos, pode ser comparada com o conceito de metaverso, outro termo emprestado da ficção científica, porém desta vez retirado do romance *Snow Crash*, de 1992, escrito por Neal Stephenson. O conceito parece ainda muito fluido, podendo ter várias interpretações; todavia, não se nega que se trata diretamente de uma experiência dada através de mundos construídos a partir de aparatos computacionais e construções de dados binários. Um dos conceitos de metaverso diz que é: "The convergence of virtually enhanced physical reality and physically persistent virtual space. It is a fusion of both, while allowing users to experience it as either"[8]. Ou ainda,

> Metaverso é a terminologia utilizada para distinguir um tipo de mundo virtual que tenta replicar a realidade através de dispositivos digitais não necessariamente de imersão, ou seja, que desloquem os sentidos de uma pessoa para essa realidade virtual[9].

Logo, não há uma definição única acerca desse termo, embora haja um consenso de que seja uma convergência para uma espécie de mundo virtual. Como observado a seguir,

---

8 http://metaverseroadmap.org/inputs4.html#glossary (A convergência entre virtualidade aprimorada pela realidade física e fisicamente persistente no espaço virtual. Uma fusão de ambos, enquanto permitem que usuários experimentem ambas. Trad. Autor).

9 http://pt.wikipedia.org/wiki/Metaverso Acessado em: 12/07/2011

> Algumas pistas nessas definições apontam que há uma relação com os mundos virtuais de experiência imersiva e que empregam representações tridimensionais, guardando semelhança a aspectos de objetos de mundo físico, em interfaces específicas no ciberespaço, que permitem a interação entre diferentes (e, muitas vezes inúmeros) usuários. (PEREIRA, 2009, p.76)

É possível perceber similaridades – ainda que tacanhas – com o *Second Life* e demais mundos digitais virtuais 3D - MDV3D -, que tentam produzir similaridades com nossa realidade física ao transpor um indivíduo para esse universo virtual. Como se percebe na citação retirada do livro *Snow Crash:*

> Então Hiro não está atualmente aqui. Ele está em um universo gerado por computador, que seu computador está desenhando dentro dos óculos e bombeando em seus fones de ouvido. Pelo dialeto, esse lugar imaginário é conhecido como metaverso. (STEPHENSON, 1992, p.14, tradução nossa)[10].

Ilustração 1 - Second Life: simulação de Copacabana no metaverso.

Certamente, tais ambientes com suas devidas limitações permitem a exploração da narrativa transmídia, porém não se deseja neste estudo abordar essa expansão através de um jogo eletrônico; parece mais interessante a exploração através de uma plataforma 3D, que possibilite alguma interação na narrativa sendo construída pelos que estiverem presentes na ocasião. Para tal, devemos escolher a plataforma que abrigará a experiência. A mais popular parece ser o *Second Life*, um *software* que oferece um mundo 3D para exploração através de avatares[11] customizáveis.

10 So Hiros not actually here at all. He's in a computer-generated universe that his computer is drawing onto his goggles and pumping into his earphones. In the lingo, this imaginary place is known as the Metaverse (STEPHENSON, 1992, p.14).

11 Representação no ambiente virtual de um indivíduo do mundo físico.

Uma plataforma para experimentações em ambientes virtuais: o "Metaverso Second Life"

Ambientes de realidade virtual vêm sendo explorados cada vez mais. Destaca-se a tendência para uma maior interação homem – máquina, no sentido de integração e de simulação da vida real, como é o caso do *Second Life* (SL). É descrito como um mundo virtual onde se pode interagir, socializar e criar através de voz, texto e edição de módulos da interface. Um ambiente virtual que simula, em alguns aspectos, a vida real e social do ser humano. Foi criado em 1999 e desenvolvido em 2003, e é mantido pela empresa Linden Lab. Dependendo do tipo de uso, pode ser encarado como um jogo, um mero simulador, um comércio virtual ou uma rede social. O nome *Second Life* ou "Segunda Vida" pode ser interpretado como uma "vida paralela", uma segunda vida além da vida "principal", "real". Dentro do próprio jogo, o jargão utilizado para se referir à "primeira vida", ou seja, à vida real do usuário, é "RL" ou "Real Life" que se traduz literalmente por "vida real".

Não necessariamente um jogo – inclusive as funções -, as impressões iniciais de quem cria o seu avatar, é de estar numa rede social em ambiente 3D; apenas após algum tempo de customização do avatar e exploração da interface do SL, notamos que também pode servir como um jogo de interpretação, com sistemas de combate próprios para as determinadas regiões dos determinados jogos. Por ser um *sandbox* – mundo aberto -, não é apenas uma regra de *Roleplay* que rege o mundo de SL, mas cada região pode possuir um *Roleplay* diferente como é o caso do recente *The Next Day*, criado por designers franceses e italianos, onde existem várias opções de carreira e um sistema exclusivo de combate (CCS), que pode ou não ser utilizado pelos visitantes. Se a intenção do "jogador" é apenas a exploração dos ambientes e personagens de *The Next Day*, então o sistema CCS pode ser desativado e o usuário pode apenas vislumbrar os designs criados para o RPG. Fora da ambientação fantástica como a citada, é possível apenas "vagar" por ambientes que tentam simular ambiências da realidade física, como, por exemplo, teletransportar o avatar para diversos locais, entre eles Nova York, Búzios, ou ainda Copacabana, no Rio de Janeiro.

Sendo que no SL seus usuários têm autonomia para construção de objetos (de um bloco de madeira quadrado, até carros e casas), o mundo virtual possui simulação das leis da física, o comércio também é permitido, o que estabelece a relação financeira e, consequentemente, mais um ponto em comum com o mundo da "vida real".

Em 2007, com toda a mídia voltando seus olhos para a sua criação, o *Second Life* teve um número grande de cadastros, mas uma queda vertiginosa veio logo em seguida. Apesar de atualmente ter uma quantidade de usuários razoável, o suficiente para se manter como um vasto ambiente digital virtual 3D, não é mais como nos momentos de frisson que causou há alguns anos. Todas essas características fizeram com que o *Second Life* assumisse para si o conceito de metaverso, termo emprestado do romance de ficção científica *Snow Crash* de Neal Stephenson, lançado em 1992.

O metaverso foi utilizado, através da proposta encontrada no *Second Life*, como uma plataforma para experimentação de uma narrativa transmídia. Poderia ter sido escolhida outra plataforma, como o *There* ou *Active Worlds*, porém o mundo virtual desenvolvido pela Linden Lab é o mais popular. Assim, o universo expandido de *Espectros – um drama familiar* foi levado a esse ambiente tridimensional já bastante popularizado e com base em um texto escrito pelo diretor da montagem, inspirado na trama de Ibsen, mas em uma estória que se passa 1 mês antes dos eventos que são vistos no espetáculo feito pela Cia. Teatral Caravela das Artes. Essa experimentação foi na verdade um protótipo de algo que pode ser feito em uma escala muito maior. Essa é uma primeira tentativa, um teste. É sabido que a *Royal Shakespeare Company* fez apresentações de trechos de Hamlet no *Second Life*, mas apenas trechos. Porém, essa experimentação aqui descrita não se trata de transpor uma obra – trecho dela – e apresentá-la no metaverso. Trata-se de transpor um trecho de uma obra inédita criada para expansão do universo ficcional da montagem.

Essa experimentação tende a gerar mais um dos produtos que integram a totalidade da narrativa disponibilizada ao público. Isso leva a outra vertente, que permite não somente a integração das narrativas entre diferentes linguagens como áudio, audiovisual, quadrinhos, mas também a interação dos espectadores com uma das personagens da peça; a partir daí, eles podem criar em conjunto uma narrativa interativa que deve sair do texto-base para algo totalmente novo. Para que fosse possível a "Assembleia", como foi chamada, e para que o público pudesse ter acesso a tais informações, o blog[12] tinha sido amplamente divulgado, assim como o horário e a data da Assembleia no *Second Life.* Tendo sua divulgação em jornais, sites informativos da região, nos "Eventos", na rede social *Facebook*, *Orkut* e também via mala-direta do e-mail da Cia. Teatral Caravela das Artes. Assim, o público convencional estaria apto a participar. Via mala direta, o convite era feito com o mesmo texto encontrado no blog, também utilizado via *Facebook* e *Orkut*.

A ASSEMBLEIA NO SECOND LIFE

Condições ideais:

Algumas condições ideais para a realização do experimento foram elencadas para que a experiência ocorresse de maneira a propiciar ao máximo uma condição de imersão dos indivíduos.

1) Customização do Avatar: para evitar os trajes inadequados à época em que se passa a estória, o ideal seria que o EUI, ao fazer seu login no visualizador do *Second Life,* tivesse conhecimento e interesse necessário para fazer com que as vestimentas e aparência de seu avatar fossem próximas à caracterização da época. Sobretudo, calça social, camisas sociais, coletes, chapéus, são elementos de figurino que ajudariam a não destacar demais determinado avatar em relação

12 http://espectroscaravela.blogspot.com/p/assembleia-no-second-life.html

aos avatares-atores.

2) Microfone *headset*: para que os EUI pudessem dialogar com os avatares-atores através de áudio e não através do texto (embora fosse uma possibilidade, a presença de alguns indivíduos conversando via *chat* poderia dificultar a atenção do avatar-ator, e este, por sua vez, poderia deixar alguma pergunta sem ser respondida). O ideal seria que acontecesse como uma conversa onde todos os presentes pudessem escutar a voz do outro, e conversar não somente com o avatar-ator, mas sentindo-se à vontade para interagirem entre si.

3) Ambiência condizente: Não se tratava apenas de reunir um grupo de pessoas no *Second Life* em um lugar qualquer pré-determinado. O lugar deveria ser, sim, pré-determinado e condizer com a trama. No caso de *Espectros*, o ideal era que se passasse dentro de um saguão da Prefeitura, ou no saguão ainda não terminado do Orfanato citado na trama da peça. Como tais lugares não tinham sido encontrados durante as procuras de locações no *Second Life*, uma das alternativas era moldar o lugar. Uma alternativa que demandaria tempo e conhecimentos avançados nos moldes dos *prims*[13] do SL.

4) Conhecimento prévio de elementos da trama: para que houvesse interação entre os indivíduos presentes no experimento, seria necessário que estivessem por dentro de elementos da trama, em especial no caso de *Espectros*, do "Dossiê". Certamente, quanto mais elementos da trama (fornecidos pela narrativa transmídia) os EUI possuíssem sobre esse conteúdo, mais se extrairia da experiência e de suas possibilidades.

5) Conexão banda larga e computadores que suportem o SL rodando de maneira razoável, ainda que não fosse possível extrair o máximo de seus gráficos e potencialidade para uma experiência realmente satisfatória.

CONDIÇÕES REAIS

Aqui se encontra uma transcrição resumida do evento que durou aproximadamente 40 minutos, com as condições encontradas para a realização do mesmo. O evento programado para o dia 16 de Junho foi transferido para o dia 22 do mesmo mês. O adiamento ocorreu para que houvesse mais tempo de divulgação e, logo, maior público participante. O evento foi aberto a toda comunidade, sendo divulgado através de jornais, blog, redes sociais, e mala direta. Teve início às 20h e 45min. Esse atraso ocorreu devido à percepção de que alguns avatares que tentavam se materializar no metaverso não o conseguiam – e, logo, nesse ínterim, os presentes ajustavam seus microfones, volumes, e demais configurações necessárias. Dentre os avatares que não conseguiram uma boa performance devido ou à largura de banda ou à configuração do computador pessoal (chegando a relatar o ocorrido), estavam presentes dois atores, responsáveis pela interpretação das personagens Regina

13 *Prims* (ou primitivos) são formas geométricas básicas moldáveis que compõem todos os objetos do *Second Life*.

e Jacob Engstrand. Uma vez percebendo os problemas, foi dado início à sessão, pela personagem Pastor Manders, ocorrendo não em um saguão da prefeitura, ou um local em construção para ser usado como saguão em construção do Orfanato, mas sim na *Second Norway*; e esta foi uma opção interessante, já que levava o EUI até a versão no metaverso da Noruega.

Imagem 2 – Second Norway e o bistrô onde ocorreu a Assembleia

Após o encontro, todos se dirigiram a um bistrô onde teve início a assembleia. Já nesse primeiro momento era possível perceber que algo deixaria a desejar; afinal, pareceu que todos os presentes, em algum momento, tiveram um problema referente à banda larga disponível. Dado início à assembleia, após cerca de 8 minutos teve fim o texto-base sobre

a inauguração do orfanato pela abastada família Alving, e as perguntas giraram em torno do dossiê contra o falecido patriarca da família, Capitão Alving; em torno da verba que era destinada ao dossiê (e quanto faria falta à família, dado o tamanho do investimento), além de fatos relacionados à índole dos personagens, sendo que a circulação do dossiê poderia prejudicá-los. Um dos presentes também levantou um ponto a respeito das acusações em relação ao falecido capitão, que diziam possuir um(a) filho(a) fora do casamento, e sobre a possibilidade do autor (ou autores) do dossiê estar interessado em prejudicar a construção do orfanato com a difusão do documento. Todas as respostas e perguntas e demais comentários giraram em torno dos eventos vistos no conteúdo transmídia.

Após 40 minutos de conversa entre os que estavam presentes, o Pastor Manders se despediu de todos, agradecendo a sua presença e dando fim à primeira experimentação da qual se tem registro dentro do gênero: uma expansão da diegese através da narrativa transmídia com sua extensão no metaverso, inspirada numa obra clássica de dramaturgia e que permitia aos espectadores interagirem como cidadãos ativos naquele universo.

Imagem 3 – A Assembleia no metaverso

A experiência em si foi satisfatória, mas o número de EUI presentes deixou a desejar. Mesmo assim, devido ao aparente sucesso do experimento entre os que estavam presentes, supõe-se que, quanto maior o número dos EUI, mais intrigante a experiência pode se tornar, já que pode chegar a envolver assuntos a princípio não imaginados – pelo menos não diretamente ou esclarecidamente pelos produtores.

O METAVERSO COMO UMA FERRAMENTA PARA EXPLORAÇÃO DE NARRATIVAS COAUTORAIS

As possibilidades narrativas no metaverso são diversificadas, algumas já consagradas como, por exemplo, o massively multiplayer online roleplaying game (MMORPG), tais como World of Warcraft, MUonline, ou o próprio Taikodom. Em todos esses universos de RPG massivo podem ser notadas características de metaversos, inclusive transações financeiras para que os jogadores possam comprar, por exemplo, armas melhores que a de seus adversários ou equipamentos que forneçam a esses jogadores vantagens sobre adversários (principalmente em relação àqueles utilizadores das contas free, que ficam privados de muitos desses equipamentos). Em metaversos onde a liberdade de exploração é maior como SL, Active Worlds, There, a possibilidade de exploração é mais ousada. Tem-se o caso da SL Shakespeare Company, cujo intento é adaptar peças de William Shakespeare para o Second Life (apenas trechos e não as montagens completas, até o momento em que fizeram essas apresentações), para que o alcance do autor seja maior para o público e acessível de qualquer parte do mundo. Pode-se notar o cuidado e esmero na apresentação, na caracterização das personagens; todavia ainda assim, é uma transcrição da obra para outro meio. Há um produto melhor explorado, o Kidz Connect, projeto descrito como "a virtual cultural exchange program that connects young people in different countries through media art, performance and collaborative creation in virtual worlds42." Oferece possibilidades para apresentações de digital art, performances e storytelling para crianças, isso após introduzi-las a oficinas e técnicas para esse meio virtual; e em alguns casos as encenações ocorrem simultaneamente em um teatro real e no Second Life (PEREIRA et al, 2009).

Rompendo os limites bem definidos entre espectadores e atores e "amalgamando" as posições, os avatares-personagens (atores) possuem seu background e suas características de construção da personagem que são adquiridas da experiência do palco na vida real e demais leituras e experiências que contribuam para a construção da personagem. Por outro lado, os espectadores chegam ao metaverso imbuídos de informações que circundam o universo ficcional em questão, mas não assumem uma personagem - embora seus avatares sejam personas outras, podem ser ainda eles mesmos interagindo com os personagens, sem interpretar, apenas interagindo de acordo com as informações que possuem sobre aquele universo, conversando com o avatarpersonagem. Isso não significa que o indivíduo ao entrar no metaverso, para esse tipo de contribuição, não possa estar caracterizado como uma persona única e exclusiva para esse universo ficcional, mas esse apenas não é um fator primário para sua participação.

A ideia é que o EUI assuma-se como tal: como espectador/usuário/interator. Isso difere da experiência do roleplaying game (RPG), onde se assume uma quantidade de valores e dados para a descrição de um personagem (como, por exemplo, Carisma, Força,

Vitalidade, e uma série de outras características - comumente chamadas “vantagens e desvantagens” que tornam o Character Player do RPG diferente da proposta desta dissertação), e onde há uma figura, o mestre, que pode ser também uma pessoa ou uma quantidade de valores e dados pré-definidos que são acionados em pontos chaves para que os jogadores avancem ou não na narrativa. Até mesmo nos sistemas onde a narrativa se sobressai ao sistema do jogo de RPG, como no caso do sistema Storytelling, da empresa White Wolf, é improvável ocorrer fuga das fichas e ficar preso somente à narrativa sem alguns testes para verificação de sucesso dos jogadores. A descrição de RPG, encontrada no livro “Vampiro – a máscara”, descrito como um jogo de horror de narrativa pessoal, da White Wolf, é 94 Os jogos de narrativa, ou RPGs, são parecidos com diversos jogos de ínteração social. Mas são também bastante distintos. Cada jogador interpreta um personagem — no caso, um vampiro — e participa de uma forma de improvisação teatral, dizendo o que o vampiro diria e descrevendo o que o vampiro faria. A maior parte desse processo é livre — os jogadores podem fazer com que os personagens digam e façam o que quiserem desde que os diálogos e as ações sejam coerentes com a personalidade e as habilidades de cada personagem.

Contudo, certas ações são melhor julgadas através do uso de dados e das regras apresentadas em um livro. (ACHIL, et al. 1999, p.21) Na descrição acima é perceptível que as ações são controladas pelas habilidades (números existentes na ficha do personagem) e algumas outras regras descritas ao longo de mais de 300 páginas. Na proposta deste estudo, os avatares não possuem dados que medem suas características, pois não há desafios a serem vencidos, há um universo a ser explorado através da troca de informações e possibilidades de elaborações da narrativa que a experiência transmídia proporciona. Existem certos parâmetros a serem admitidos como fatores primários para a realização da experiência, sendo o principal deles o conhecimento prévio de (alguns) materiais que constroem a narrativa desse universo ficcional.

Para a experiência bem sucedida, apenas o(s) ator(es) precisam ter um texto-base pré-definido, e consequentemente uma noção de suas histórias, até onde a consciência desses personagens está apta a interagir em determinados comentários nas sessões – para não se tornar figura onisciente –; e, uma vez o texto-base terminado, ele deve deixar as pontas para o início de uma conversação. Essas interações podem ser feitas por áudio e texto – como num chat -, embora a experiência se torne mais convincente se todos possuírem condições de transmissão de áudio. O conteúdo gerado a partir dessa sessão será totalmente novo e seria uma narrativa colaborativa, com aspectos da interação e agenciamento, pois funciona como um jogo de improviso inspirado em elementos tidos com canônicos de determinado universo.

O conteúdo advindo desse encontro virtual deveria ser passível de alterar a estrutura da narrativa canônica, ou seja, considerada oficial pelos produtores. Essa “intervenção” que deveria ser considerada como uma coautoria entre espectadores e produtores poderia

ser transposta posteriormente em qualquer tipo de mídia, e, em um aspecto ideal, seria de maior eficácia se fosse absorvida dentro da trama matriz; quando esse aspecto conseguir ser empregado nas produções, o termo EUI poderá ter realmente força, e ser utilizado com maior propriedade do que neste experimento onde seu uso não absorve todas as possibilidades almejadas. Não há limites para a construção da experiência narrativa (que visa transmidializar um conteúdo) na sessão em questão, apenas aqueles pré-definidos pelo universo ficcional. O desafio é tornar a proposta totalmente funcional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar da experiência satisfatória, pôde-se perceber que o público ainda não se encontrava devidamente equipado em termos de computadores pessoais e acesso à banda larga a ponto de conseguir participar de uma experiência como a que foi proposta. Afinal, algumas das pessoas que confirmaram a presença relataram não ter conseguido ficar conectadas no *Second Life*, e alguns atores da peça reportaram o mesmo problema com a banda larga, não conseguindo se manter no metaverso. Logo, esse se torna um dos principais problemas encontrados: a banda larga[14] que não permite uma navegação satisfatória em ambientes virtuais como o SL, e também a configuração dos computadores pessoais que não estão ainda preparados para as exigências de um programa como esse.

No entanto, aqueles que integraram esse momento-protótipo mostraram-se interessados e envolvidos no universo ficcional com o qual já haviam tido contato através dos demais conteúdos (por exemplo, os áudios, audiovisuais, impressos e HQ disponíveis no endereço eletrônico). O que deixa margem não para uma conclusão, mas para um verdadeiro começo de pesquisa e experimentações que envolvam universos ficcionais, o metaverso e suas possibilidades de interatividade, imersão e agenciamento.

REFERÊNCIAS

DINEHART, Stephen E. **Defining Narrative Design**. The Narrative Design Exploratorium 2008. Disponível em: http://narrativedesign.org Acessado em: 01/10/18.

DINEHART, Stephen E. **Dramatic Play**: The Near-Future of Interactive Narrative. The Narrative Design Exploratorium 2008. Disponível em: http://narrativedesign.org/2010/04/dramaticplay/ Acessado em: 03/10/18.

DINEHART, Stephen E.. **Transmedia Storytelling Defined**. The Narrative Design Exploratorium. Disponível em: http://narrativedesign.org/2011/01/transmedia-storytelling-defined/ Acessado em: 02/09/2018.

DINEHART, Stephen E.. **Transmedia Franchise Development**. The Narrative Design Exploratorium. Disponível em: http://narrativedesign.org/2009/06/transmedia-franchise-development/ Acessado em: 03/10/18.

14 A informação se baseia na banda larga disponível na cidade de Juiz de Fora (2011).

DINEHART, Stephen E.. **Life and Narrative Structure**. The Narrative Design Exploratorium. Disponível em: http://narrativedesign.org/2009/06/life-and-narrative-structure/ Acessado em: 04/10/18.

DINEHART, Stephen E.. **Video Games and as Gesamtkunstwerk**: the total artwork. The Narrative Design Exploratorium. Disponível em: http://narrativedesign.org/2008/05/video-games-as-gesamtkunstwerk-the-total-artwork/ Acessado em: 01/10/18.

DINEHART, Stephen E.. **What is narrative interactive design**. The Narrative Design Exploratorium. Disponível em: http://narrativedesign.org/2009/09/what-is-interactive-narrative-design/ Acessado em: 05/10/18.

GIBSON, William. **Neuromancer**. São Paulo: Editora Aleph, 2009.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens**: o jogo como elemento da cultura. 4º Ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 2008.

IBSEN, Henrik. **Ghosts**. 1881. Disponível em: http://www.gutenberg.org/ Acessado em: 20/01/2011.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

MEADOWS, **Stephen E. Pause & Effect**: the art of interactive narrative. Indianapolis: New Riders, 2008.

MILLER, **Carolyn Handler. Digital Storytelling**: A creator's guide to interactive narrative. Burlington: Focal Press, 2009.

MURRAY, Janet. **Hamlet no Holodeck**: o futuro da narrativa no ciberespaço. São paulo: Itaú Cultural; Unesp, 2003.

PEREIRA, Itamar C. **Metaverso** – interação e comunicação em mundos virtuais. Brasília: Universidade de Brasília; Programa de Pós Graduação em Comunicação, 2009. Disponível em: http://repositorio.bce.unb.br/handle/10482/4863 Acessado em: 12/04/2011.

SCHELL, Jesse. **The art of game design**: A book of lenses. Burlington: Morgan Kaufman publishers, 2008.

STEPHENSON, Neal. **Snow Crash**. New York: Bantam Spectra Books, 1992.

CAPÍTULO 2

NARRATIVAS DA DIFERENÇA NA PUBLICIDADE AUDIOVISUAL BRASILEIRA

Data de aceite: 21/09/2021

Vanessa Cardozo Brandão
Universidade Federal de Minas Gerais - UFMG
http://lattes.cnpq.br/1784236086723270

RESUMO: A partir da observação dos vídeos publicitários brasileiros mais vistos no ambiente digital (Youtube), esse trabalho lança luz à tendência crescente de incorporação de sujeitos em suas "diferenças", movimento visto em contraponto à lógica publicitária massiva do uso do estereótipo. Em variadas formas - revisão de padrões de gênero inclusão de pessoas antes invisibilizadas em campanhas, como negros, idosos, pessoas trans e pessoas com deficiência – a "diferença" aparece como um valor da vida em um contexto associado à diversidade de modos da existência humana, e como forma de resgatar o cotidiano e as vidas de pessoas comuns, convertendo-se em um valor estético da publicidade contemporânea em sua busca por visibilidade. Para refletir sobre isso, é resgatado o conceito de sedução de Baudrillard e de consumo emocional de Lipovetsky.

PALAVRAS - CHAVE: Narrativas publicitárias da diferença; publicidade inclusiva; consumo e inclusão.

NARRATIVES OF THE DIFFERENCE IN BRAZILIAN ADVERTISING

ABSTRACT: Based on the observation of the most viewed Brazilian advertising videos in the digital environment (Youtube, year of 2017), this work sheds light on the growing trend of incorporating subjects into their "differences", a movement seen as a counterpoint to the massive advertising logic of the use of stereotypes. In various ways - review of gender standards including people previously invisible in campaigns, such as black people, the elderly, trans people and people with disabilities - the "difference" appears as a value of life in a context associated with the diversity of ways of human existence, as a way of rescuing the everyday and the lives of common people and becoming an aesthetic value of contemporary advertising, in its search for visibility. Baudrillard's concept of seduction and Lipovetsky's concept of emotional consumption are articulated in this article.

KEYWORDS: Advertising narratives of difference; inclusive advertising; consumption and inclusion.

INTRODUÇÃO – A SEDUÇÃO DA DIFERENÇA NA PUBLICIDADE CONTEMPORÂNEA

Há nem tanto tempo assim, o maior pesadelo do profissional de propaganda era o controle remoto. O temido efeito *zapping* ocupou o centro de muitos estudos da década de 70 e 80 que mostraram que, dado o controle nas mãos da audiência, a publicidade seria totalmente ignorada e dispensada. Fazer comerciais criativos, que cativassem o público antes que as mãos nervosas do espectador alcançassem a troca de canal, tornou-se imperativo para a prática publicitária. Não por

acaso, as campanhas publicitárias, desde então, assumiram de forma cada vez mais vertentes marcadamente narrativas, como o trabalho de Carrascoza sinaliza (2004). Falar das pessoas e de suas histórias, do que elas gostam, de seus interesses, suas expectativas… falar do mundo e da vida, antes de falar das marcas. Na sociedade de consumo, a Publicidade se mostra, de forma cada vez mais evidente, como elo do homem com a cultura em seu tempo.

Não coincidentemente, na mesma época em que o controle remoto foi criado, surgiram os grandes prêmios de criação publicitária – uma forma "autoregulada" que o mercado encontrou para estimular os profissionais de propaganda a criarem boas histórias e conteúdos, mesmo no intervalo comercial (talvez de modo a atenuar a intrusão desse formato diante das expectativas da audiência e de seu poder de ignorar o formato publicitário convencional).

A estratégia retórica que transforma a narrativa publicitária em parte do cotidiano não é nova: os estudos de Lipovetsky (2007) apontam que também da passagem da década de 70/80, marcas sempre buscaram formas de entrar na vida e nas conversas dos consumidores. O efeito *zapping* apenas explicitou o estremecimento das bases e um esgotamento da operação discursiva publicitária, revelando a dificuldade da persuasão no universo do consumo de produtos. A verdade é que, embora o consumo estruture da sociedade que se consolidou no século XX, poucos consumidores se interessam pelo discurso do consumo quando o que ele tem a dizer é apenas sobre as mercadorias e não sobre os interesses das pessoas.

Décadas depois, no século XXI o ato de "zapear" e trocar de canal foi transposto, em grande medida e de forma ainda mais intensa, para o comportamento do vídeo "pulável" e do anúncio "bloqueável" no ambiente digital. Talvez de forma ainda mais intensa, hoje, atrair os consumidores com algum elemento de sedução tornou-se imperativo. No webjornalismo, títulos de matérias envolventes são feitos para provocar o clique do leitor disperso: os chamados de *clickbait*[1] revelam que a lógica de sedução e envolvimento do público ultrapassou apenas o contexto da publicidade e do discurso comercial, para passar a ser uma lógica de consumo no contexto do conteúdo editorial e de entretenimento. Jornalismo e Publicidade agora disputam, lado a lado, a atenção da audiência em um contexto de convergência em que a pessoas podem escolher o que e quando consumir conteúdos informativos.

Buscando linhas de visibilidade e engajamento, em um cenário de convergência de meios com excesso de informações circulantes em ambientes midáticos hipersaturados, é notável que a Publicidade Contemporânea tem se apropriado cada vez mais de pautas que extrapolam a dimensão do consumo. De forma cada vez mais intensa, o discurso publicitário opera deslizamentos de sentido, em que marcas falam não de seus produtos

1 Termo utilizado no ambiente digital para nomear títulos de reportagens e textos jornalísticos feitos para atrair o clique do leitor disperso, nas redes sociais digitais e em outros contextos de navegação digital.

e valores, mas de temáticas de interesse público, como o empoderamento feminino, a orientação sexual e a identidade de gênero, por exemplo.

Se essas temáticas se tornam visíveis e passam a ser cada vez mais discutidas no cenário de ampla midiatização (nos termos de Hjarvard, 2014), é curioso apontar que essas temáticas tornam-se, elas mesmas, os elementos de mediação nos quais marcas se apoiam para serem "carregadas" e tornarem-se midiatizadas no contexto social e cultural mais amplo, com o objetivo de atrair a atenção e engajar o público, agora disperso em ambientes midiáticos fragmentados.

(IN)VISIBILIDADE E DIFERENÇA : MANIFESTAÇÕES NA PUBLICIDADE BRASILEIRA

No contexto geral da visibilidade de campanhas publicitárias, são muitas as formas dessa "estética da diferença". No contexto do discurso do consumo, meu objetivo é o de apontar que as narrativas publicitárias se tornam mais múltiplas a partir do momento em que as marcas se abrem à incorporação de outras vozes, anteriormente invisibilizadas, excluídas ou sub-representadas no discurso do consumo.

A incorporação de vozes e imagens da diferença parece ter se intensificado na Publicidade Brasileira, como destaco a seguir pelo acompanhamento feito durante o ano de 2017, no ranqueamento dos vídeos publicitários mais vistos no Youtube no Brasil[2]. Da lista mensal compilada pelo Youtube, destaquei apenas os que se enquadram do recorte qualitativo dessa análise: as narrativas que, de algum modo, retratam diversas manifestações da diferença de sujeitos na Publicidade.

A partir desse primeiro mapeamento, foi possível perceber nos vídeos que o movimento da inclusão de sujeitos que representam a "diferença" na narrativa da publicidade acontece em duas direções:

> a) a revisão da representação de públicos vistos antes de forma estereotipada e redutora, tal como em campanhas com a temática do empoderamento feminino, que têm buscado representar novas imagens de feminino e do masculino, além de padrões de beleza, por exemplo;
>
> b) a emergência da representação de públicos antes invisibilizados na publicidade – como pessoas transgênero e as pessoas com deficiência, por exemplo.

Nos casos levantados, mais do que apenas trazer à frente a questão da identificação - tão comum quando se trata do elo entre publicidade e consumo – parece importante observar a relação entre vida cotidiana, afetos e a mobilização emocional dos consumidores. Acompanhando os vídeos publicitários mais vistos em todo o ano de 2017, nota-se que as diversas manifestações da "diferença" se tornam um importante elemento de atratividade

2 O ranqueamento "Youtube Ads Leaderboard" é feito pelo Youtube como parte do sistema de publicidade Google, no esforço de mostrar as campanhas publicitárias mais vistas a cada mês, em todo o mundo. Foi consultado o ranqueamento feito no Brasil.

do olhar do público e vetor de visibilidade para a mensagem das marcas, o que pode ser comprovado pelo alto índice de visualização dos vídeos.

ANÁLISE: IMAGENS DA DIFERENÇA NA PUBLICIDADE

São diversas as formas de articular a diferença que se encontram nesse recorte: mulheres protagonistas em jogos de futebol ou na conquista do espaço, revisão de padrões normativos de feminino e masculino, presença de narrativas de pessoas trans, incorporação de LGBTQs como protagonistas, inclusão de protagonistas com novos padrões físicos e raciais, e ainda inclusão de pessoas com deficiência. Procuraremos pontuar alguns elementos discursivos importantes, a partir de imagens extraídas dos vídeos listados a seguir.
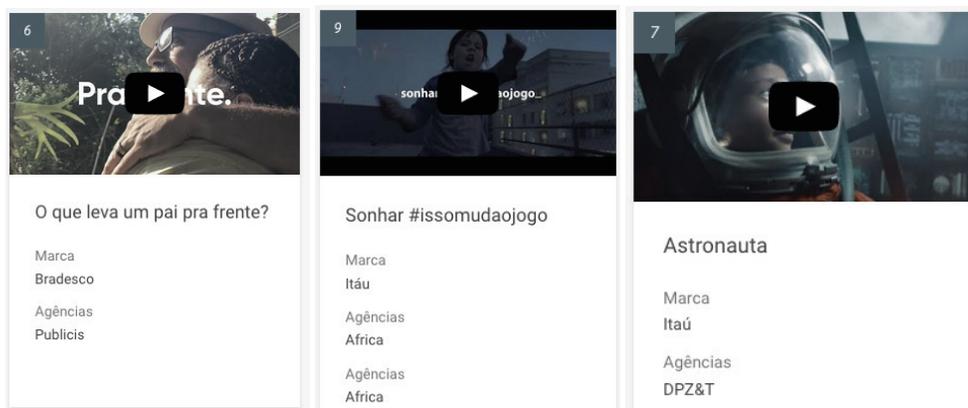
Figura1: montagem feita pela autora a partir das telas com a imagem estática *thumbnail* (frame estático) de vídeos mais vistos em abril, julho e outubro de 2017.

Fonte: Youtube Ads Leaderboard

A questão do gênero aparece em duas direções. No vídeo do Bradesco "O que leva um pai pra frente?", a revisão do estereótipo masculino é feita pela presença de um pai em papel de protagonismo no cuidado com a família, ocupando lugar de cuidado e afeto, como a imagem destaque do abraço com a filha parece evidenciar. Se o masculino aparece em revisão no primeiro vídeo, nas duas outras imagens de vídeos da marca Itaú, a narrativa faz outra revisão. Agora o gênero feminino é protagonista em espaços pouco convencionais: uma partida de futebol em "Sonhar #issomudaojogo" e a conquista do espaço em "Astronauta". O futebol e a ciência são terrenos em que, normalmente, as mulheres estão ausentes nas representações midiáticas e, se presentes, aparecem como pano de fundo. Então o proganonismo feminino nos vídeos do banco Itaú é sintomático de uma revisão de estereótipos de gênero na narrativa publicitária.

Mas a revisão dos estereótipos ainda se soma à inclusão de novas representações, como o caso do vídeo da Avon (junho 2017) demonstra:

Figura 2: tela com a imagem estática *thumbnail* do vídeo ColorTrend Avon

Fonte: Canal da marca Avon no Youtube

O comercial da Avon "Color Trend Apresenta: #EaíTáPronta? / AVON" é uma narrativa das várias mulheres que podem ser consumidoras da marca – negras, brancas, gordas, magras, lésbicas, mulheres comuns e celebridades como Pabllo Vittar e Iza, personalidades em protagonismo dentre as demais, que anuncia ainda a inclusão de uma pessoa trans e uma mulher negra. Ao som do famoso samba-canção "Não deixe o samba morrer", a marca sobrepõe palavras no lugar de "samba" e cria frases como "não deixe a empatia acabar", "não deixe o amor acabar", "não deixe a união acabar". Na descrição do vídeo, é explícito o convite feito ao público: mais do que maquiar-se, trata-se de perceber que "um mundo com mais respeito, amor e empatia é muito mais colorido".

A diversidade que vemos no vídeo da Avon aparece ainda em outras narrativas com grande alcance e visibilidade, como a da marca Vivo "#Repense2018":
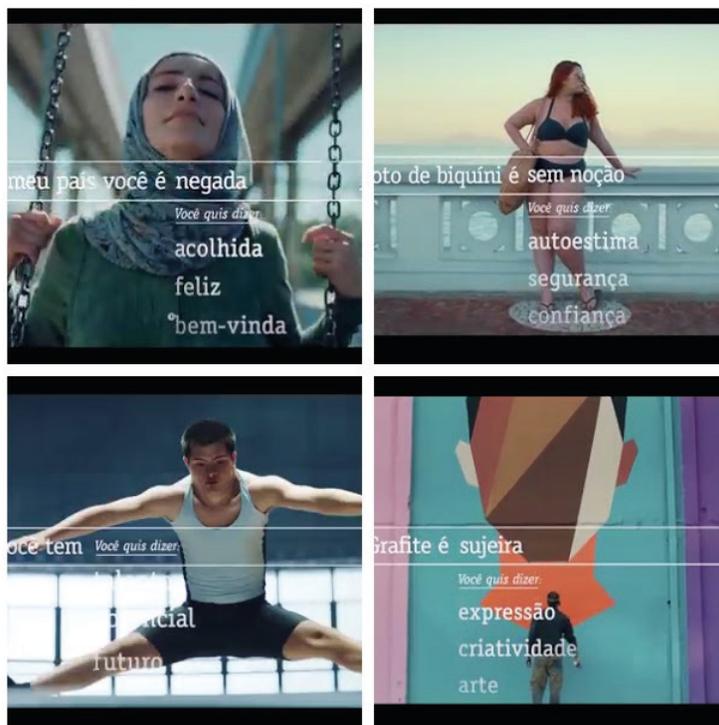
Figura3: montagem feita pela autora a partir de cenas do comercial Repense2018

Fonte: canal da marca Vivo no Youtube

No caso do comercial de fim de ano da Vivo, são muitas as formas da "diferença": uma mulher gorda, uma muçulmana, um artista urbano e um atleta com síndrome de Down são colocados em paralelo, através da estratégia discursiva frequente em vídeos publicitários: a reversão de expectativas ao olhar do público. Ao som da música "Crazy", também através de sucessivas trocas de palavras na tela, a marca encampa um discurso de aceitação da diferença. Na imagem do atleta com síndrome de Dow, substitui-se "limites" por "potencial" e "futuro". A muçulmana deixa de ser "negada" e passa a ser "acolhida". A moça de biquíni não é "sem noção" mas é alguém com "confiança" e "autoestima". Nas trocas de palavras, demarca-se a diferença para então sugerir a possibilidade de desfazê-la enquanto obstáculo, através do argumento emocional da marca. Essa abordagem emocional do branding é também utilizada em outro vídeo do Itaú, de setembro de 2017:
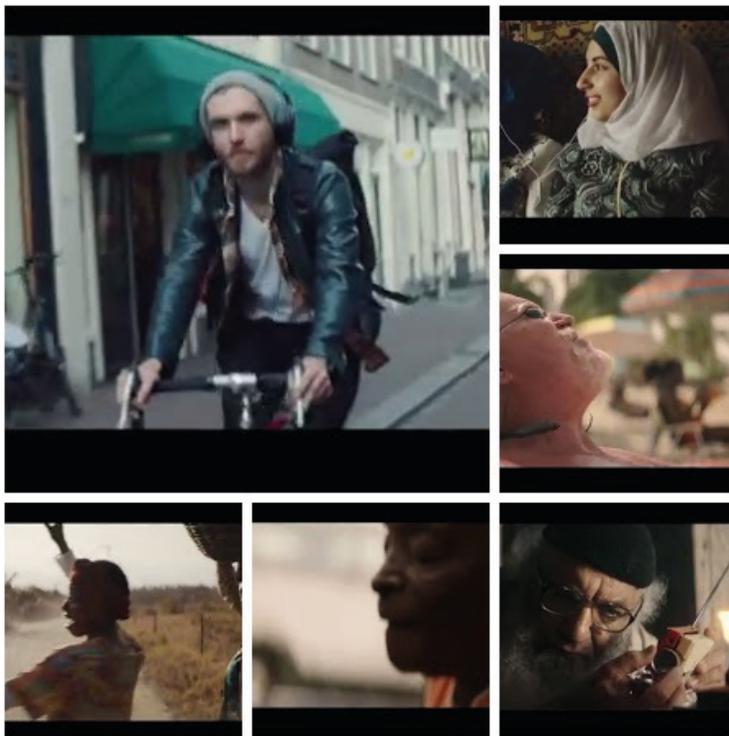
Figura 4: montagem feita pela autora a partir de cenas do comercial Música

Fonte: canal da marca Itaú no Youtube

Sob o argumento de que a música aproxima o que o mundo distancia, várias formas de diferença – racial, de nacionalidade, de condição social, faixa etária, crença religiosa – aparecem lado a lado no comercial do Itaú, que argumenta pela aproximação das diferenças, enquanto as demarca no espaço da narrativa audiovisual.

Esse parece ser o artifício da "estética da diferença": trata-se de uma forma de revisar os próprios fechamentos que a publicidade e o discurso das mídias já ajudaram a construir, historicamente, e utilizar essa reversão como uma forma de "retórica do aprendizado". As marcas parecem querer encenar uma retórica dialógica: mostram que ouvem. Ao ouvir, marcas percebem onde erram e como já provocaram uma visão estrita dos sujeitos representados, e parecem encenar para o público discursivamente uma mudança que talvez muitos desejem ver na vida cotidiana. Nesse sentido, o vídeo da marca de cerveja Skol é emblemático:
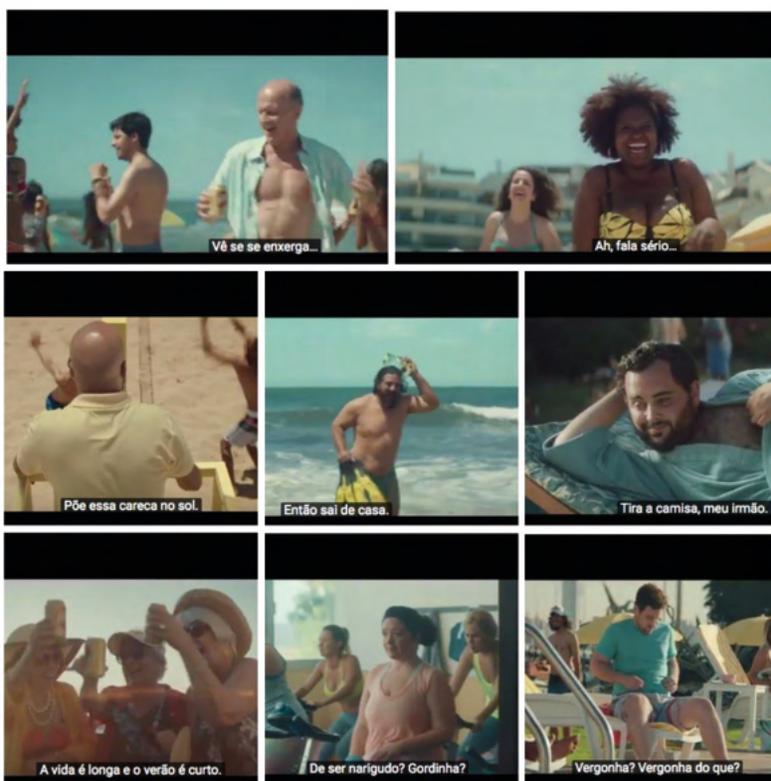
Figura 5: montagem feita pela autora a partir de cenas do comercial Redondo é sair do seu quadrado

Fonte: canal da marca Skol no Youtube

Carecas, gordas e gordos, peludos, narigudos, barrigudos, idosos: todos podem se libertar da opressão de imagens de corpos belos e esbeltos no verão das praias brasileiras. De forma ambígua, ou mesmo contraditória, a Skol é uma das marcas que mais contribuíram por anos com a associação das imagens de corpos idealizados femininos no contexto de venda de cerveja. Essa mesma marca adota a estratégia – não apenas nesse, mas em outras campanhas recentes – de mostrar que é possível mudar, rever e "sair do quadrado". A diferença é uma forma de romper com estereótipos como fórmulas que agora aparecem encenadas nas estratégias criativas como ultrapassadas, superadas, em nome de uma "evolução" da marca tanto quanto de seus consumidores.

As imagens apresentadas revelam como, nos últimos anos, o debate sobre o papel da publicidade na representação de estereótipos de gênero, beleza e raça avançou. Isso ocorreu tanto nas campanhas quanto nas pesquisas sobre a prática publicitária. Para finalizar, desejo apontar uma forma de diferença que ainda permanece pouco visível não apenas nas campanhas, mas também na pequisa em Publicidade: a inclusão de pessoas com deficiência. Por esse motivo, para o recorte analítico dentro do espectro

de representações da diferença, enfatizarei a seguir a análise discursiva desse grupo minoritário, propondo uma reflexão sobre a estetização da “diferença” nas representações desses sujeitos – vistos como estranhos ou diferentes de forma radical na sociedade, o que contribui para o quadro de segregação – e como eles aparecem na narrativa publicitária.

Nos dados do ranking do Youtube, o elevado número de visualizações dos vídeos com a presença de pessoas com deficiência torna-se relevante para essa análise menos pelo seu valor quantitativo, mas por sinalizar para a potência persuasiva na apropiação da imagem de pessoas com deficiência mobilizar a audiência e mantê-la conectada com a mensagem publicitária, tão facilmente ignorada pela ação de “pular vídeo” que faz parte do sistema de publicidade em vídeo digital no Youtube.
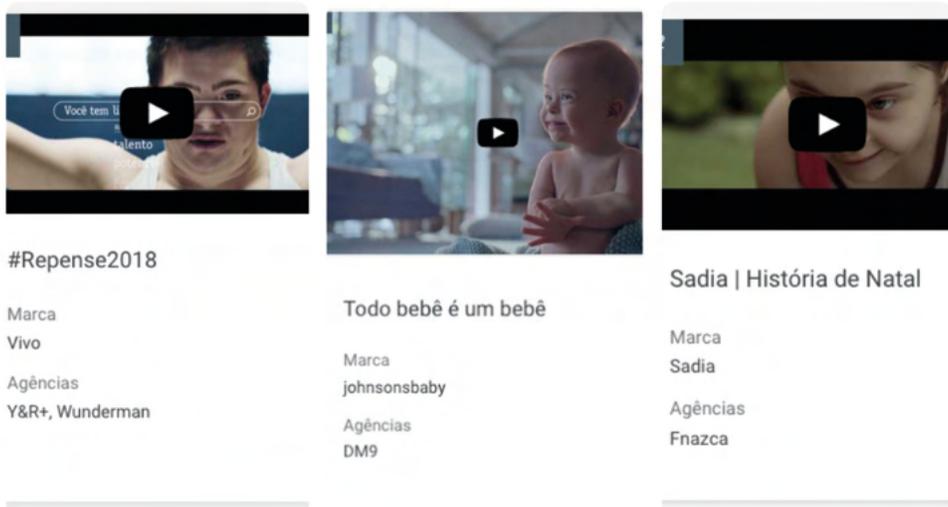
Figura 6: montagem feita a partir de imagens *thumbnail* dos vídeos publicitários no ranking Youtube Ads Leaderboard

Fonte: Youtube Ads Leaderboard

Torna-se digno de nota, então, o fato de que em todos os vídeos mais vistos em 2017, a deficiência retratada é a síndrome de down. Outro elemento a se destacar é que, dentre os casos citados na tabela já apresentada a imagem *thumbnail* (que fica paralisada antes do início da execução do vídeo e que é uma imagem planejada, criada pelos profissionais de criação das agências, no caso de campanhas publicitárias) coloca o rosto da pessoa com síndrome de down em destaque. Esses fatores sinalizam para o uso planejado da imagem da deficiência como fator de engajamento nos vídeos publicitários online, além de apontar para a priorização da síndrome de Down como a deficiência mais visível nas campanhas publicitárias brasileiras.

A presença da deficiência aparece naturalizada, articulando as imagens das pessoas com deficiência em sua diferença (antes invisibilizada em campanhas), o argumento da marca e discursos sobre vidas de muitas outras pessoas com síndrome de Down, ou das que convivem com elas. Para além do elo identitário desse grupo, no entanto, a cadeia de sentidos que essa presença da diferença parece trazer, ao incluir um corpo-discurso em sua singularidade, afeta as pessoas para além do sentido do consumo: é notável, por exemplo, na leitura dos comentários aos vídeos nas redes sociais, que muitas pessoas passam a conversar sobre suas vidas, seus filhos ou parentes, sendo frequente o uso de nomes próprios e relatos de histórias pessoais.

CONCLUSÃO

O processo de representação das diferenças no âmbito das narrativas publicitárias parece apontar para um alargamento do discurso, que transborda para além da dimensão do consumo.

A partir dos fundamentos levantados, diversas campanhas publicitárias brasileiras podem ser entendidas como parte de uma "estética da diversdade" não apenas no âmbito de mercadológico da estratégia discursiva de uma marca, mas principalmente como narrativa maior sobre a multiplicidade de sujeitos na própria cultura, através das histórias contadas pelas marcas. Como pretendi mostrar, é complexa a passagem entre essas duas posições, e reque enxergar a Publicidade não apenas como narrativa de consumo, mas como narrativa da cultura.

Aqui, retomo a visão inaugural de Everando Rocha (1995) nos estudos da Publicidade Brasileira articulada ao campo da Antropologia. Entendendo, a partir de Rocha, o consumo enquanto expressão cultural fundamental no nosso tempo, busquei mostrar o discurso das diferenças mediado por marcas, que fazem parte do complexo sistema cultural em que valores afetivos, identitários e de consumo se interrelacionam, a partir de demandas que vem de múltiplas direções – não apenas das empresas produtoras de mercadorias, mas também de consumidores, que são antes sujeitos com narrativas próprias, identidades, expectativas e buscas de construção de si na arena das mediações de sentido para suas próprias narrativas de vida.

De certa forma, a incorporação de sujeitos antes excluídos da publicidade parece recorrer a uma inclusão das diferenças que, a um só tempo, torna presente outros modos de vida antes invisibilizados nas narrativas publicitárias, mas ainda busca capturar esses sujeitos enquanto corpos-discursivos: objetos de linguagem que performam uma ideia de diversidade das existências, agora abarcada pelo discurso do consumo.

> Mediador da "verdadeira vida", o consumo é igualmente revestido do que permite escapar ao desprezo social e à imagem negativa de si. A obsessão do consumo, observável, em nossos dias, até nas populações marginalizadas,

> não indica apenas o poder sem precedentes da mercantilização dos modos de vida, mas também a nova intensidade das frustrações em relação aos padrões de vida dominantes, bem como a exigência ampliada de consideração e de respeito, típica do individualismo demonstrativo sustentado pela fase III: importa cada vez mais, para o indivíduo, não ser inferiorizado, atingido em sua dignidade. É assim que a sociedade do hiperconsumo é marcada tanto pela progressão dos sentimentos de exclusão social quanto pela acentuação dos desejos de identidade, de dignidade e de reconhecimento individual. (LIPOVETSKY, 2007, p. 192)

Como vimos através das campanhas selecionadas, é através do discurso do consumo que muitas vozes, antes excluídas, podem ser abarcadas em representações midiáticas da diferença. Até "populações marginalizadas"- usando as palavras de Lipovestky – passam a ser incluídas em sua necessidade de reconhecimento individual, a partir das narrativas publicitárias. Mulheres em protagonismo, representantes de LGBTQs, grupos étnicos e raciais, pessoas com síndrome de Down... Mais do que a diversidade das vidas e dos corpos, a diferença enquanto condição de sujeitos agora emerge nas narrativas de marcas. A diferença aparece, em si mesma, como uma narrativa – do nosso tempo, da nossa cultura: um valor, traço expressivo da cultura contemporânea, que se apresenta no discurso da Publicidade.

Se marcas querem se tornar visíveis, paradoxalmente, elas precisam abrir mão de sua própria voz e ceder espaço para o outro – não apenas seu consumidor, mas um outro-pessoa, sujeito social e cultural em sua vida cotidiana. Nessa "licença retórica", para que a voz da marca tenha poder, ela precisa ceder e abrir espaço para o indivíduo – diverso, diferente, plural. Para conseguir mostrar-se, a marca não mais fala de si, mas empresta voz (e espaço publicitário pago) ao outro – e só pode fazê-lo por meio de narrativas de vida.

Marcas desejam associar-se a outras vozes para dali extrair a vida: não a vida como experiência do consumo, mas a vida do cotidiano. A diversidade racial, de gênero, orientação sexual, variação em padrões estéticos de beleza, novas formas familiares, a presença de pessoas com deficiência… são várias as formas da diferença na vida cotidiana que podem – e estão aparecendo – com maior frequência na Publicidade. O que se revela é uma persuasão ultra-afetiva, o impacto pelo emocional que vem da vivência cotidiana. Ainda assim, no contexto global das narrativas publicitárias, é importante sinalizar que a abertura ao outro e a novas vozes pode ser um aprendizado importante para a cultura participativa, que coloca em fluxo ideias, públicos e organizações.

REFERÊNCIAS

BENVENISTE, Émile. **Problemas de linguística geral I**. Campinas: Pontes, 2005.

CARRASCOZA, João Anzanello. **Razão e sensibilidade no texto publicitário: como são feitos os anúncios que contam histórias**. São Paulo: Futura, 2004.

CALVINO, Ítalo. **Seis propostas para o próximo milênio**: lições americanas. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: Artes de fazer. Petrópolis/RJ: Vozes, 2014.

HJARVARD, Stig. **Midiatização: conceituando a mudança social e cultural**. In: *MATRIZes* – Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da ECA/USP, V. 8 – N.1 jan./jun. 2014. São Paulo: ECA/USP, 2014, p. 21-44.

HJARVARD, Stig. **Da Mediação à Midiatização: a institucionalização das novas mídias**. In: *Revista Parágrafo* Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM - Centro Universitário. São Paulo: FIAM-FAAM, 2015. Jul./Dez.2015. (Versão eletrônica). Tradução: Lívia Silva de Souza.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal:** ensaio sobre a sociedade hipermoderna. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

ROCHA, Everardo. **A sociedade do sonho.** Rio de Janeiro: Mauad Editora, 1995.

CAPÍTULO 3

CHEGA PRO LADO, DEUS, ESTOU TUITANDO A VERDADE – UMA ANÁLISE RETÓRICA DOS TWEETS DE TRUMP

Data de aceite: 21/09/2021

Jair Rattner
ICNOVA – FCSH, Universidade Nova de Lisboa
Lisboa, Portugal
ORCID: 0000-0002-7730-2192

Versão revisada do trabalho originalmente publicado no livro de atas XI Congresso da SOPCOM: Comunicação, Turismo e Cultura. Funchal: SOPCOM/Universidade da Madeira, 2021.

RESUMO: Ferramenta principal de comunicação do presidente dos Estados Unidos, o Twitter tem como uma das suas principais características a brevidade das mensagens escritas. Para o estudo desta forma de comunicar, postula-se uma nova retórica com três características principais: a inexistência da figura do mediador; a falta preocupação com o *logos*, o que centra os instrumentos retóricos no *ethos* e no *pathos*; e o objetivo que muitas vezes deixa de ser a persuasão, centrando-se em ocupar todo o espaço comunicacional, sem dar ocasião para vozes discordantes. Neste artigo, faz-se uma análise retórica de uma semana de tweets de Donald Trump – de 1 a 7 de novembro de 2019. Revela-se uma relação tortuosa entre Trump e a realidade, em que o conceito de verdade se apresenta fluido e pode mudar de um tweet para outro. A figura principal é a da *auctoritas*, em que – a exemplo das citações de escrituras sagradas – uma afirmação é considerada verdade apenas porque foi emitida por Trump.
PALAVRAS - CHAVE: Twitter; Trump; nova retórica; redes sociais; verdade

STEP ASIDE, GOD, I AM TWEETING THE TRUTH – A RHETORICAL ANALYSIS OF TRUMP'S TWEETS

ABSTRACT: As the main communication tool of the current United States president, Twitter has the short length of its texts as one of its main features. In order to study this way of communicating, in this article we propose a new rhetoric, considering three main characteristics: the absence of a mediator; the little or none concern with the *logos*, focusing only on the *ethos* and the *pathos*; and the goal of the message often is not persuading the receiver, but occupying all the communicational space, suffocating all dissenting voices. In this article, we present a rhetoric analysis of three weeks of Donald Trump's tweets: from November 1st to 7th, 2019. Trump's tortuous relation with reality emerges, in which what he considers truth might change from one tweet to the next. The core rhetorical figure is the *auctoritas*, in which – having as an example the Holy Scriptures – a statement is considered true just by having been issued by Donald Trump.
KEYWORDS: Twitter; Donald Trump, new rhetoric; social media; truth.

Com o surgimento das redes sociais, vivemos numa época de aceleração das comunicações, em que a definição clássica da retórica não constitui uma ferramenta suficiente para a compreensão dos instrumentos utilizados

para a interação humana. As comunicações digitais incluem aspectos que ultrapassam a retórica tradicional, que pode ser definida como discurso usado para persuadir.

O conceito de retórica que permeia a obra de Aristóteles apresenta lacunas quando aplicado à comunicação digital, uma vez que a estrutura e o enquadramento das redes sociais diferem fundamentalmente de quando o estudo da arte de persuadir foi concebido. Não apenas a dimensão das mensagens, mas o conjunto da situação em que as disputas retóricas ocorrem sofreu modificações relativamente à arte de persuadir que é estudada há 24 séculos.

Lausberg explica que a retórica clássica se baseia numa situação que envolve três intervenientes: duas partes com posições distintas, que vão esgrimir os seus argumentos, e um árbitro da situação (Lausberg, 1970: 79/80). Esta situação aplica-se ao discurso judicial ou mesmo ao discurso político.

Uma outra característica das redes sociais que a distingue do ambiente da retórica clássica é que esta última apenas trata do discurso falado, ao passo que as redes sociais incluem sons e imagens, tanto estáticas como em movimento. Mas, num sentido mais amplo, as imagens poderiam ser incluídas num conceito ampliado da retórica, se considerarmos a semiótica como um estudo dos instrumentos utilizados nas imagens para persuadir. As mesmas figuras que foram descritas pela retórica clássica – como a ironia, a hipérbole, a argumentação acumulativa e assim por diante – podem ser utilizadas para descrever o que é empregado para convencer pessoas através de imagens e sons.

Uma das principais características das redes sociais é o fato de a comunicação ser direta. Não envolve intermediação, mas sim um emissor e um ou mais receptores. Assim, uma das premissas básicas da retórica clássica não se verifica. Por conseguinte, deve-se buscar um novo enquadramento teórico para entender a retórica desta forma de discurso.

Além disso, pelo menos no Twitter, a forma como ocorre a persuasão não se encaixa na sistematização proposta pela retórica clássica. Esta considera os princípios da persuasão como sendo o *ethos* – o ser, o que na visão aristotélica inclui a credibilidade, a autoridade e a honestidade –; o *pathos*, ou seja, a paixão, as emoções; e o *logos*, que abarca a lógica e a força dos argumentos.

Ao tratar de mensagens enviadas pelo Twitter, a própria estrutura das mensagens coloca um empecilho ao desenvolvimento de um desses três princípios, no caso o logos, que para Johnson constitui o cerne da retórica: “retórica é usar a linguagem para construir mensagens claras e efetivas para uma audiência e para uma situação específica” (Johnson, 2012: 58). Inicialmente com até 140 caracteres – e posteriormente ampliado para até 280 caracteres – as mensagens dificultam, se não tornam praticamente impossível, a argumentação lógica. Não há espaço para arregimentar argumentos que facilitem a adoção da posição pretendida, a *dispositio*, conforme explica Lausberg (2007: 95).

Tem-se que uma conta no Twitter é seguida por duas principais razões. A primeira delas constitui o *ethos*, que neste caso teria como significado o que o responsável pela

conta é, o que ele representa. Normalmente, o *ethos* é relacionado ao caráter do emissor do discurso (Lausberg, 1970:105). No entanto, ao ter em conta as redes sociais pode-se usar o conceito de persona para descrever o emissor da mensagem, considerando que "o discurso contém marcas dos seus autores" (Black, 1970: 114) e que, portanto, o autor da mensagem assume um papel ao escrevê-la. Neste caso, pode ser considerada a importância da figura por razões internas ao meio digital ou por motivos externos. Como motivos externos, o que está em questão é o papel social do emissor: no caso de Donald Trump, pelo fato de ser presidente dos Estados Unidos, não é necessário muito esforço para conseguir um número fiel de seguidores dispostos a ter em atenção o que publica nas redes sociais, independentemente do seu conteúdo; no caso de um músico ou um escritor reconhecido, isso ocorre pela sua produção cultural; e, no de um líder religioso, a audiência que obtém advém da sua posição fora das redes.

Como motivo interno das redes sociais, o que é levado em consideração é a popularidade alcançada. Um indivíduo passa a ter credibilidade pelo número de seguidores que consegue arregimentar. Trata-se de uma situação frágil, uma vez que a própria estrutura das redes sociais não garante a permanência dos seguidores e qualquer deslize nos conteúdos em relação ao que a maioria dos receptores pretende ouvir pode afastá-los. Cria-se um paradoxo: a credibilidade para apresentar propostas novas depende do número de receptores, mas o indivíduo que emite as mensagens está limitado naquilo que pode publicar, sob o risco de afastar esses seguidores. Assim se constitui a tendência a formação de bolhas ideológicas, em que as mensagens seguem apenas um tom.

A segunda razão pela qual uma conta no Twitter é seguida encontra-se no *pathos*, a capacidade de gerar paixões. Para esse efeito, recorre-se preferencialmente a figuras de estranhamento, como a ironia – muitas vezes levada ao sarcasmo –; a hipérbole; o paradoxo; o zeugma semanticamente complicado; o quiasmo; a lítotes; entre outras. Gerar paixões com as suas mensagens é o caminho para afirmar o ethos interno às redes sociais. Trata-se do caminho seguido para a criação dos *influencers*, indivíduos que apenas têm importância pelo número de receptores das suas mensagens.

A importância do número de receptores remete para o conceito de relevância. Dentro desse universo virtual, há uma correlação entre o sentimento de verdade e o número seguidores que uma determinada conta tem no Twitter. Assim, "verdade" deixa de ter uma relação direta com a realidade palpável, para tornar-se na afirmação que mais consegue mobilizar os receptores através de partilhas. O sentimento de "verdade" passa a ser mais importante e tem um papel superior à verdade propriamente dita, ou seja, à realidade de fora do mundo virtual.

Mais uma diferença em relação à retórica clássica situa-se no objetivo da mensagem. Se esta tinha como objetivo a persuasão, o uso das redes sociais pode ter em vista algo mais amplo. Em outro trabalho, usei o termo latino *movere* (Rattner, 2019: 25), para definir o objetivo dos discursos nas redes sociais, que nem sempre tem o objetivo de persuadir. O

objetivo foi abarcar os desdobramentos que essa palavra latina assumiu na sua tradução para o português atual: mover, agitar, pôr em movimento, afastar, expulsar, tocar, influenciar, comover, provocar ou fazer oscilar.

Esses significados implicam uma visão de que o uso do Twitter não busca apenas persuadir pelos seus argumentos, mas ocupar todo o espaço de comunicação, impedindo que o receptor possa ter acesso aos argumentos da parte oponente. Mina-se o espaço de debate, restando uma só voz, num processo que acaba por desaguar na privatização da esfera pública.

Tendo como fundamento o conceito de ecologia mediática – uma teoria que considera que cada tecnologia comunicacional tem características físicas, psicológicas e sociais que enquadram a nossa consciência de uma forma específica, Ott afirma que “o Twitter, em última análise, nos treina para desvalorizar os outros, por cultivar um discurso maldoso e mal-intencionado” (Ott, 2017: 60).

Isso deriva do que Ott identificou como as três principais características do Twitter: simplicidade, impulsividade e incivilidade (Ott, 2017). McCallam acredita que os tweets inserem-se na lógica do *sound bite*, em que uma frase curta pretende substituir um discurso (McCallam, 2000: 55). Isso porque os tweets contam com uma estrutura própria e uma forma distinta de argumentar, se comparados com os discursos formais. Como todos os *sound bites*, o seu objetivo é permanecer na consciência política e pública, através do seu eco nos *media*.

A tendência a reduzir a atividade política a uma instância menos argumentativa e mais baseada em declarações não é algo novo. Em 1993, ainda antes do surgimento da Internet, Jamieson afirmava: “Anúncios fatiados e *newsbites,* que consistem de apenas uma afirmação, fazem com que impere uma tendência que nos convida a julgar o mérito de uma declaração com base no *ethos* de quem a pronuncia ou no apelo emocional (*pathos*) que a envolve. Nesse processo, o apelo à razão (*logos*), considerado por Aristóteles como o principal meio de persuasão, é abandonado. Com isso, perde-se alguma da capacidade da audiência de julgar os méritos do que é dito” (Jamieson, 1993: 336).

TRUMP NO TWITTER

Nos primeiros três anos desde a sua posse na presidência dos Estados Unidos, Donald Trump teve uma frenética atividade no Twitter. Foram mais de 11.000 mensagens, mais de dez por dia. Nesse período, o máximo de tweets em apenas 24 horas ultrapassou os 50, ainda que em 2020, durante a epidemia de Covid-19 tenha chegado a transmitir mais de 140 mensagens em apenas um dia. São mensagens em que a sua figura é preponderante: no conjunto desses tweets, no que toca a elogios apenas havia os dirigidos a si próprio e a pessoas que antes o elogiaram.

Nem todas as mensagens são da sua autoria. Estas podem ser divididas em três

tipos: as que têm autoria assinada como Donald Trump, as de outros autores que são partilhadas sem nenhum comentário e as de outros autores partilhadas com comentários de Donald Trump. Mesmo considerando as mensagens cuja assinatura é da sua conta pessoal – @realDonaldTrump – nem todas são da autoria do presidente dos Estados Unidos. Segundo a imprensa norte-americana, há dois assessores de imprensa que se dedicam a alimentar a conta presidencial. Tendo em conta essa incerteza e o fato de todas as mensagens serem chanceladas pelo titular da conta, para este estudo todos os tweets assinados ou endossados por @realDonaldTrump serão considerados como próprios de Donald Trump.

Na impossibilidade de fazer um estudo aprofundado do conjunto dos tweets do presidente norte-americano pela sua quantidade, a opção foi por concentrar a análise nas mensagens referentes a um intervalo de tempo específico. O período escolhido corresponde à semana entre 1 de novembro e 7 de novembro de 2019, anterior à apresentação original deste trabalho. Nesses sete dias, a conta @realDonaldTrump emitiu 192 mensagens, o que representa uma média de 27,4 tweets por dia.

Trata-se de um período com dois principais ganchos noticiosos: estava decorrendo o inquérito na Câmara dos Representantes com vista ao impedimento de Donald Trump e, no dia 5 de novembro, foram realizadas eleições em quatro estados norte-americanos: Mississippi, Kentucky, Louisiana e Virgínia.

Desse total de mensagens, observou-se que 98 eram tweets de autoria da conta e 94 eram partilha de mensagens anteriormente existentes. Desses 94, 15 eram repetição de mensagens antes enviadas pela própria conta @realDonaldTrump. Entre as mensagens, 15 (7,9%) tinham anexos – que podiam ser de imagens ou de vídeos – e 83 (43,5%) apenas contavam com texto. Mesmo com o encadeamento de mensagens, um recurso utilizado para ultrapassar a limitação de caracteres, foram contabilizadas individualmente: houve nove encadeamento de duas mensagens, um encadeamento de três mensagens e um encadeamento de cinco mensagens.

Em relação aos temas abordados, foi possível dividi-los em oito tipos: inquérito de destituição do presidente; eleições estaduais; autoelogios; críticas aos democratas; eleições presidenciais de 2020; questões internacionais; ataques à imprensa; e outros. O quadro 1 abaixo apresenta em ordem decrescente a quantificação dos tweets por tema:

Tema	**Número de tweets**
Inquérito de destituição	60
Eleições estaduais	40

Autoelogios	31
Críticas aos democratas	23
Eleições presidenciais de 2020	15
Questões internacionais	7
Ataques à imprensa	6
Outros	9

Quadro 1: tweets de Donald Trump entre 1 e 7/11/2019

A divisão temática constituiu uma aproximação, por não ser possível estabelecer categorias definitivas. Assim, um tweet a respeito de violência praticada por um grupo criminoso mexicano – tema ligado à sua política de fechar as fronteiras – entrou na categoria de "Questões internacionais", ainda que não se enquadrasse diretamente em um tema de política internacional. O relato de uma biblioteca da Flórida que decidiu não fazer uma assinatura do jornal New York Times por este jornal ser considerado portador de notícias falsas entrou na categoria "Outros", uma vez que não se tratou de um ataque direto à imprensa.

No inquérito da Câmara dos Representantes, verificou-se durante o período uma variação do que é considerado verdadeiro. Em três tweets de dias consecutivos, as afirmações sobre quem seria o denunciante variavam em sentidos contrários.

Imagem 1: tweet de Donald Trump de 2/11/2019
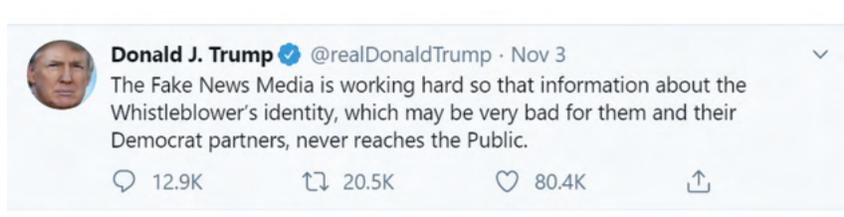
Imagem 2: tweet de Donald Trump de 3711/2019

Imagem 3: tweet de Donald Trump de 4/11/2019

A figura do denunciante da tentativa de chantagem em relação à Ucrânia, para que o sistema judicial desse país procurasse ou inventasse provas contra Joe Biden – na época Biden era ainda um dos possíveis candidatos a presidente pelo Partido Democrata – constituiu uma preocupação central de Donald Trump. Aquilo que era dito a respeito desse denunciante mudava de dia para dia, conforme se adequasse melhor aos objetivos daquele momento: buscava-se o denunciante, posteriormente ele seria prejudicial aos próprios responsáveis por levar a denúncia adiante e, por fim, tratava-se de uma farsa. Vai-se da relação diversívoca para a lítotes e daí para a hipérbole irônica

Essa relação com a realidade fica também clara na Imagem 5, onde encontra-se referida a transcrição do telefonema que teve com o presidente ucraniano Volodymir Zelenski. Qualquer pessoa que se desse ao trabalho de ler a transcrição do telefonema ficaria com a certeza de que o presidente norte-americano estava tentando chantagear o ucraniano. No entanto, por diversas vezes, para alegar a sua inocência, Donald Trump publicou e republicou o seguinte tweet, como se fosse a prova que o ilibasse:

Imagem 4: tweet de Donald Trump de 7/11/2019

Uma característica dos tweets de Donald Trump é que ele reduz a realidade apenas ao que lhe interessa. Exemplo disso encontra-se na Imagem 4:

STATE	RACE	RESULT	WINNER
KENTUCKY	Governor	TBD	
KENTUCKY	Attorney General	Republican Flip	Daniel Cameron
KENTUCKY	Secretary of State	Republican Flip	Michael Adams
KENTUCKY	Auditor	Republican Hold	Mike Harmon
KENTUCKY	Treasurer	Republican Hold	Allison Ball
KENTUCKY	Agriculture Commissioner	Republican Hold	Ryan Quarles
MISSISSIPPI	Governor	Republican Hold	Tate Reeves
MISSISSIPPI	Lieutenant Governor	Republican Hold	Delbert Hosemann
MISSISSIPPI	Attorney General	Republican Flip	Lynn Fitch
MISSISSIPPI	Secretary of State	Republican Hold	Michael Watson
MISSISSIPPI	Auditor	Republican Hold	Shad White
MISSISSIPPI	Treasurer	Republican Hold	David McRae

Imagem 5: Tweet de Donald Trump de 6/11/2019

Nesta mensagem, apenas são citados os dados do interesse político do presidente. A disputa pelo governo da Virgínia, em que Donald Trump esteve pessoalmente empenhado, desapareceu a linha de comentários, uma vez que o candidato republicano perdeu. Durante a campanha, Trump havia afirmado que se os republicanos perdessem a Virgínia seria uma derrota pessoal para ele.

CONCLUSÃO

Uma das características de Trump, tanto na sua persona digital como na sua vida real, é a afirmação de falsidades. Segundo o jornal Washington Post, desde a sua posse em 24 de janeiro de 2017 até 24 de janeiro de 2020, Donald Trump teria falado 16.241 mentiras, cerca de 14,1 por dia. Outra contabilidade é a do jornal Toronto Star situou o número de janeiro de 2017 até maio de 2019 em 5.000 mentiras.

No seu conjunto, a relação tortuosa dos tweets de Trump com a realidade não pode ser incluída no âmbito da ironia como um tropo de pensamento, na forma como é definida por Lausberg: “consiste (…) na substituição do pensamento em causa por outro pensamento, que está ligado ao pensamento em causa por uma relação de contrários” (Lausberg, 1970: 251). Isso porque uma das premissas da ironia é que a audiência consegue reconhecer a falta de credibilidade dessas declarações do emissor da mensagem, fazendo com que

o resultado seja a compreensão do sentido contrário ao que foi emitido (Lausberg, 1970: 163/4).

Suas asserções num uso muito particular da figura retórica da *auctoritas*. Esta figura consiste em citar uma personalidade ou um texto já consagrado, reduzindo assim a necessidade de repetir uma explicação. Tradicionalmente, a *auctoritas* era usada na citação dos livros sagrados, que se pretende que reproduzam a palavra divina.

Reproduzindo essa lógica, os tweets do presidente dos Estados Unidos têm como fundamento um princípio singular: estas afirmações são verdade porque Trump assim o diz. Esta ausência de argumentos requer, por parte dos seguidores, um ato de fé. Se, para algumas pessoas, não importa que evidências científicas ou argumentativas sejam apresentadas, eles apenas vão acreditar no que consideram ser a palavra de Deus, o mesmo princípio se aplica aos seguidores de Trump. E vai mais além: torna-se verdade porque ele o afirma, ainda que seja o contrário do que tinha dito no dia anterior.

REFERÊNCIAS

ARISTÓTELES. **Retórica**, Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda. 1998, 281p.

BLACK, E. The second persona. **The Quarterly Journal of Speech**. v. 56. Washington: Routledge, 2013, p: 110-119. Disponível em: https://doi.org/10.1080/00335637009382992. Acesso em 8/9/2019

BURKE, K. **A Rhetoric of Motives**. Berkeley, Los Angeles: University of California Press. 1969, 356 p.

JAMIESON, K. Discourse and the Democratic Ideal. **Proceedings of the American Philosophical Society**, v. 137, n. 3, Filadélfia: American Philosophical Society. 1993. p. 332-338. Disponível em: https://repository.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1354&context=asc_papers. Acesso em: 28/10/2019.

JOHNSON, J. Twitter Bites and Romney: Examining the Rhetorical Situation of the 2012 Presidential Election in 140 Characters. **Journal of Contemporary Rhetoric**, vol. 2, n 3/4. 2012 Tuscaloosa: University of Alabama. p. 54-64. Disponível em: http://contemporaryrhetoric.com/wp-content/uploads/2017/01/johnson5_1.pdf Acesso em:28/10/2019

LAUSBERG, H. **Elementos de Retórica Literária**. Tradução: R. M. Rosado Fernandes. 2a ed. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian. 1970. 294 p.

MCCALLAM, D. Les «petites phrases» dans la politique anglo-saxonne. **Communication & Langage.** n. 117. Paris: Sorbonne. 2000. p. 52-59. Disponível em: https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2000_num_126_1_3040 Acesso em: 30/10/2019.

OTT, B. The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. **Critical Studies in Media Communication** n. 34:1. Washington: National Communication Association. 2017. P. 59-68. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/311892973_The_age_of_Twitter_Donald_J_Trump_and_the_politics_of_debasement. Acesso em: 27/9/2019

RATTNER, J. **Mudando de lado – de jornalista a assessor governamental (2002-2011).** Tese (doutoramento em Ciências da Comunicação). 2019. Lisboa: Universidade Nova de Lisboa. 455 p.

RUSSEL, L. **Digital Rhetoric: Doing Things with Words Online**. Dissertação (mestrado em Professional Writting.) 2012. Kennesaw: Kennesaw State University. 91 p.

CAPÍTULO 4

CURADORIAS ARTÍSTICAS VIRTUAIS: O INSTAGRAM COMO *LOCUS* DA ARTE

Data de aceite: 21/09/2021

Marcos Rizolli
Docente-Pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Educação, Arte e História da Cultura da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

Regina Lara Silveira Mello
Docente-Pesquisadora no Programa de Pós Graduação em Educação, Arte e História da Cultura da Universidade Presbiteriana Mackenzie.

RESUMO: O presente texto pretende apresentar algumas reflexões sobre a prática curatorial artística em tempos de pandemia. Se, por um lado, o isolamento social provocou o fechamento de Museus, Galerias de Arte, Espaços Culturais e demais instituições de promoção cultural, por outro, os processos criativos não deixaram de existir e até mesmo como forma de resistência ao cenário adverso novas proposições foram surgindo. A arte migrou para a web e esse (não) lugar, proliferou. E, aqui, apresentamos os esforços coletivos do Grupo de Pesquisa Arte e Linguagens Contemporâneas, vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Educação, Arte e História da Cultura da Universidade Presbiteriana Mackenzie.
PALAVRAS - CHAVE: Curadoria Artística Virtual, Instagram, Pesquisa em Artes.

VIRTUAL ARTISTIC CURATORIES: INSTAGRAM AS A *LOCUS* ART

ABSTRACT: The present text intends to introduce some reflections about the artistic curatorial practice in times of pandemic. If, on the one hand, social isolation caused the shutdown of Museums, Art Galleries, Cultural Spaces and too much institutions of cultural promotion, on the other side, creative processes did not leave to exist and even as a form of resistance to the adverse scenario new propositions were arising. The Art migrated to the web and this (non) place proliferated. And, here, we present the collective efforts of the Research Group Art and Contemporary Languages, linked to the Postgraduate Program in Education, Art and History of Culture at Mackenzie Presbiterian University.
KEYWORDS: Virtual Artistic Curation, Instagram, Arts Research.

INTRODUÇÃO

A experiência de promover curadorias artísticas virtuais, no Instagram, suscitou um conjunto de elementos reflexivos acerca dos novos lugares (ou não-lugares) da Arte Contemporânea. Eventos protagonizados por pesquisadores em Arte e Linguagens Contemporâneas, em processo, têm motivado a reinvenção das formas com que as artes buscam reencontrar e se reconectar com seus públicos – em tempos de pandemia. Novas concepções sobre curadoria e novos modelos de produção

de exposições emergem – expandindo e intensificando a cultura.

Líderes do Grupo de Pesquisa *Arte e Linguagens Contemporâneas – aTempo*, devidamente registrado no Diretório de Grupos de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq, fundação pública brasileira, vinculada ao Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, temos como principais atribuições fomentar a pesquisa científica, tecnológica e de inovação e promover a formação de recursos humanos qualificados para a pesquisa, na área de conhecimento em Artes e suas interdisciplinaridades no do Programa de Pós-Graduação em Educação, Arte e História da Cultura da Universidade Presbiteriana Mackenzie – em São Paulo.

Assim, entre diversificados projetos de pesquisa em desenvolvimento – coletivos e individuais – um, em especial, apresenta-se como objeto destas breves reflexões: Estudos sobre Curadoria. Desde 2006, ano de criação do Grupo, as questões curatoriais da Arte Contemporânea têm sido nosso preponderante argumento teórico-prático. Em sua história produtiva, o Grupo reconheceu projeção internacional realizando inúmeras curadorias – no Brasil e no Exterior (Itália, Inglaterra, Portugal, Espanha, Argentina). Exercício corrente, as curadorias visam refletir argumentativa e visualmente acerca dos processos criativos, produtivos e conceituais próprios das culturas contemporâneas. Reconheceu, ainda, reflexões teóricas continuamente publicadas em livros, capítulos de livro, catálogos expositivos, periódicos acadêmicos e anais de eventos científicos internacionalmente consolidados. Um bom exemplo de nossos produtos é a *Revista Éter – de Arte Contemporânea* (www.revistaeter.org).

Outrossim, quando surgiu a pandemia causada pelo novo coronavírus e consequente processo de isolamento e distanciamento social, nos vimos surpreendidos em nossas práticas cotidianas. Ou seja, um vasto fenômeno de saúde pública acarretou outros desafios de pesquisa: pensar o lugar (ou não-lugar) das Artes em tempos pandêmicos.

CURADORIAS ARTÍSTICAS VIRTUAIS

Diante da necessidade de repensarmos nossos processos de produção de conhecimento a partir das linguagens não-verbais, o *aTempo* (a marca essencial do Grupo) procurou reinventar seus procedimentos ao rever seus parâmetros epistemo-metodológicos. Abandonada a prática curatorial nos espaços convencionais por onde as Artes circulam e se comunicam com seus públicos (galerias, museus, espaços culturais) procuramos agir nas redes sociais – motivados pela perspectiva de atingir os sujeitos em confinamento. Ato contínuo, o INSTAGRAM foi identificado como potencial lugar/suporte de nossas ações curatoriais. Para realizar a pesquisa primariamente nomeada pelos líderes do *aTempo*: **Curadorias Artísticas Virtuais**, foi criada a conta @arte.linguagens.contemporaneas. A produtividade curatorial mostra, até então, 06 curadorias artísticas virtuais já realizadas em parceria com alunos-pesquisadores do curso de Doutorado.

Essas curadorias, compreendidas como células experimentais, foram realizadas com o propósito de **aproximação** do novo meio, **compreensão** de seus sistemas operacionais e com a ambição de, já de algum modo, propor formas de **subversão** crítico-criativa. O conjunto foi denominado *Seis exercícios de curadoria*, discutidos passo a passo com os alunos-pesquisadores nas reuniões semanais do Seminário Avançado: Arte Contemporânea, disciplina do PPG-EAHC, que iniciou o primeiro semestre letivo de 2020 presencialmente para tornar-se repentinamente virtual. As primeiras reuniões realizadas por vídeo conferência já apontavam dificuldades e vantagens que a elaboração desta nova forma de comunicação trariam a todos os participantes pois, imagens e sequências narrativas eram insistentemente testadas para melhor funcionarem quando vistas através de dispositivos móveis, desde o design das letras, imagens, cores de fundo e o que mais permitisse o estabelecimento de parâmetros e domínio da legibilidade.

O processo de aproximação contou com a prévia interação do coletivo de pesquisadores (docentes e discentes) com a rede social INSTAGRAM, devidamente escolhida por sua natureza de comunicação – a interação entre sujeitos pautada pela visualidade – cuja "comunidade Instagram" publica prioritariamente imagens (fotografia, arte, audiovisual). A natureza visual da rede pode ser observada em sua marca. E mais, o primo-motor das novas ações curatoriais do *aTempo*, à imagem e semelhança de seu novo suporte relacional, foi consolidar e divulgar a sua própria marca. Assim se fez:

Figura 1 – A marca Instagram reivindica o olhar mecânico do dispositivo fotográfico. A marca *aTempo*, do Grupo de Pesquisa Arte e Linguagens Contemporâneas.

Com o intuito de anunciar o ciclo expositivo das curadorias artísticas virtuais a Profa. Dra. Regina Lara, assim se expressou no primeiro post de apresentação dos *6 exercícios de curadoria*:

> "*Nestes tempos reclusos, a cidade, que não podemos ver, ecoa na memória em imagens de belos muros e pilastras de viadutos pintados, outrora vistos em movimentos rápidos, passageiros e, no entanto, marcantes. Deslocadas, estas imagens invadem galerias de arte que invadimos com nosso olhar virtual, entrando também em museus, ateliês e até settings de filmagem,*

nos permitindo pensar aproximações, observar repetições e criar narrativas próprias à obra de arte e ao percurso criativo de artistas contemporâneos. Alunos (pesquisadores)...atuaram como curadores de seis exposições virtuais, no formato Instagram, publicando por 3 dias seguidos, que ficam alojados na conta, e podem ser revistos a qualquer momento. Em tempos difíceis, de incertezas e angústias profundas, a arte nos resgata e ilumina. Emergindo pela tela de nossos dispositivos, afirma-se também como um ato de resistência."

O texto se refere às curadorias: *A cidade é cinza, o humano é colorido* – de Livia Nonato; *Banalidade e Repetição* – de Polyana Zappa; *Artistas Brasileiros: arte e erotismo* – de Paulo Vergolino; *feito aqui – ateliês contemporâneos* – de Leslye Revely; *Tramas & Texturas Brasileiras* – de Edson Elidio; *TRÊS VEZES NANNI MORETTI* – de Paolo Caon. Todas publicadas no primeiro semestre de 2020, no período de 22/06, quando foi anunciado o ciclo expositivo, em sequência até completar-se no dia 10/07.

Todos os textos curatoriais, articulados com artistas e obras, respeitaram a peculiar expografia www do Instagram. Todos os curadores tinham a consciência de que deveriam apresentar a exposição a partir de leituras espaciais que bem considerassem as formas de rolagem das telas dos diferentes dispositivos de acesso e visualização: a leitura em verticalidade do tempo (de baixo para cima) e a leitura em horizontalidade do espaço (das esquerda para a direita). A dinâmica visualidade do Instagram, certamente, impactou na própria formatação e distribuição dos textos ao longo das exposições. A rapidez na comunicação: apresentação de elementos textuais essenciais para a condução da visitação virtual e de sua inteligibilidade conceitual. A objetividade de informações: a aproximada relação entre texto e imagem. E, ainda, a latente expansão de informações: a oferta de acesso ao visitante de novos dados sobre os temas, artistas e obras de arte apresentados, remetendo o usuário para outros links, garantindo a expansão do conhecimento em arte.

Vejamos, então, como cada um dos curadores formularam suas ideias – concepções e conceitos - traduzidas em textos curatoriais:

A cidade é cinza, o humano é colorido, com curadoria de Livia Nonato, assim foi apresentada:

> "A cidade com o seu cotidiano de confluências e de divergências. Sua pluralidade de signos e significados. Seus valores, e acima de tudo com seus cidadãos, representa o espaço por excelência da vida e da produção de cultura. Em tempos de pandemia, o isolamento social nos afastou (temporariamente) de obras artísticas que dão cores aos nossos dias cinzas na cidade. Visto o atual momento 'A cidade é cinza, o humano é colorido' apresenta uma seleção de artistas e suas obras – tanto as de rua quanto as de galeria, visando nos manter em contato com a arte que nasce em paredes, muros e medianeiras de São Paulo."

Polyana Zappa, curadora da exposição *Banalidade e Repetição*, apresenta o seguinte texto:

"Ponto de encontro entre os artistas Jeff Koons, Nelson Leirner e Takashi Murakami que por meio de objetos banais do cotidiano são reconfigurados no

contexto artístico. Herdeiros duchampianos utilizam da ironia como crítica do consumo."

E, ainda, nos instiga com dois questionamentos:

> *"Crítica ao mercado da Arte? Kitsch nas obras que refletem o divertimentos e o fácil acesso? Arte assumidamente comercial?*
>
> *A arte do banal ou o banal que é arte? Três artistas apoderam-se dos objetos banalizados pela sociedade de consumo e os transformam em obras."*

Enquanto Paulo Vergolino assim se expressa para apresentar sua curadoria intitulada *Artistas Brasileiros: arte e erotismo*:

> *"A temática da arte erótica e/ou do sexo entre homem e mulher faz parte das representações culturais desde tempos imemoriais. Está nas pinturas rupestres, nas cerâmicas pré-colombianas e greco-romanas, nos templos asiáticos, africanos e, consequentemente, passou a fazer parte da arte europeia. No século XIX e início do XX, por aqui aportou de forma pouco frequente, mas existente. Aqui temos um microcosmo de um universo de artistas brasileiros importantes, representados por uma faceta pouco conhecida – ou seja, certa poética deveras erotizada. Optou-se pela representação de quase todas as técnicas consideradas clássicas dentro da história da arte, tais como: o desenho, a gravura, a pintura – sem excluir a fotografia.*
>
> *O que nos interessou, sobretudo, foi revelar tal temática – tão velada pela sociedade ao longo dos anos e que ainda sobrevive, ganha adeptos, colecionadores particulares e está presente de uma forma mais frequente, em exposições levadas a cabo em museus nacionais e internacionais no século XX. Toda forma dede expressão visual merece reconhecimento e este, é o nosso papel enquanto pesquisadores, a mostra está aberta e em aberto, sejam todos bem-vindos."*

Por sua vez, Leslye Revely, para referir-se à curadoria de *feito aqui – ateliês contemporâneos*, apresenta os seguintes argumentos:

> *"Os ateliês contemporâneos compreendem espaços de criação: cheios ou vazios, fixos ou itinerantes, físicos ou virtuais, ou seja, são lugares onde as ideias surgem e são testadas.*
>
> *Conheça agora alguns desses espaços artísticos e suas ferramentas.*
>
> *Depois, te convido para clicar no endereço dos artistas e conhecer suas obras."*

Edson Elidio, na curadoria da exposição *Tramas & Texturas Brasileiras*, nos brinda com as seguintes palavras-chave:

> *"Inspirações poéticas*
>
> *Tema aos tecidos: da cartela de cores às estampas*
>
> *Cadernos artesanais*
>
> *Universo criativo*

Desfiles

...

História

Lugares

Personagens

Inspirações

Desfiles

Memórias

Poéticas

Detalhes

Coleções"

E, finalmente, na exposição *TRÊS VEZES NANNI MORETTI,* Paolo Caon nos oferece a seguinte definição curatorial:

> *"As três coisas.*
>
> *"Desde o início, desde os primeiros filminhos em Super 8 em 1973, afloraram de forma natural três coisas,*
>
> *a primeira contar sobre mim mesmo e o meu ambiente, o meu mundo, geracional, político e social.*
>
> *a segunda ....contar ... com autoironia,*
>
> *a terceira coisa...também colocar-me na frente como ator mas digamos mais que tudo como Persona, por tanto tempo que agora acredito que isto não mudará."*

As curadorias artísticas virtuais foram amplamente divulgadas em outras redes sociais através de um convite para uma reunião em vídeo conferência realizada em 13/07, uma *Finissage*, pensada como um encerramento simbólico, pois uma das características especiais desta mídia, é que as postagens podem ser mantidas na linha do tempo para que sejam revisitadas a qualquer momento – enquanto esta conta no Instagram existir. Pretendeu-se também uma suave aproximação do real, brindar virtualmente entre pesquisadores-curadores, artistas e convidados, como sempre se fez presencialmente nestas ocasiões, propiciando diálogos e reflexões sobre esta novíssima maneira de expor a Arte Contemporânea.
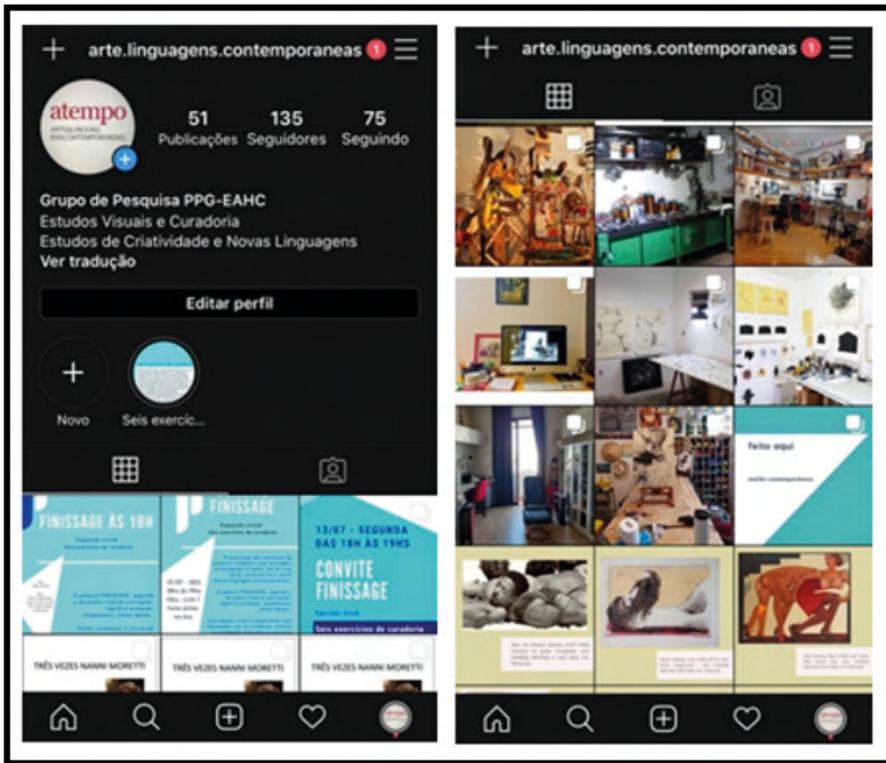
Figura 2 – Prints da tela do Instagram do Grupo de Pesquisa e visão parcial de suas curadorias artísticas virtuais.

Para compreender os sistemas de comunicação e publicação abarcados pelo design estrutural do Instagram, esforços coletivos foram empreendidos. Refletir sobre: a emergência das redes sociais em suas dimensões comportamentais, tecnológicas e culturais; as formas de interação; os tempos de visualização; a produção e o consumo de fenômenos artísticos; a diversidade de expectativas dos usuários... Justamente para adotar determinados protocolos de atenção – que bem pudessem validar a presença da Arte, como objeto de investigação acadêmica, em ambientes virtuais cotidianos.

Devidamente nutridas pelo exercício crítico, as práticas curatoriais trouxeram um conjunto de informações procedimentais inerentes ao Instagram que puderam, a partir de leituras de processo, instaurar um ambiente propício às práticas de linguagem e consequente subversão da natureza curatorial.

Primeiro: abandonar a tradicional linha de tempo horizontal (com leitura da esquerda para a direita) para adotar uma linha de tempo vertical (com leitura ascendente, de baixo para cima). O percurso perceptivo agora proposto ao visitante-usuário surpreende a lógica do olhar ocidental. Segundo: utilizar o *modo carrossel*, de maneira a preservar algum tipo de similaridade com a percepção tridimensional e paritária com o cubo branco

(conceito atribuído aos espaços expositivos convencionais), adulterando a tela plana dos dispositivos, pois o *template* do Instagram foi elaborado para ser prioritariamente visualizado em smartphones (pode ser visto ocasionalmente no computador, perdendo recursos e visualidade). Terceiro: considerar a composição final que resulta da montagem da exposição, transformada dia-a-dia com cada nova imagem que é postada e que passa a ocupar um lugar neste conjunto determinado *a priori* pela mídia Instagram, no qual três imagens constituem uma linha, num total máximo de quatro linhas que podem ser vistas ao mesmo tempo na tela. Este dinâmico caleidoscópio de 12 imagens aparentes estará sempre presente na visualização da linha do tempo. Quarto: considerar a temporalidade da linha narrativa que se impõe ao ato de postar, que pode ser deliberadamente espaçado, criando expectativas de completude da forma final. Quinto: como a exposição está postada na internet, abre-se a possibilidade da colocação de links de interesse direto, como a eventual visita ao ateliê do artista, ou mesmo o acesso a espaços virtuais que insiram a obra num *site-specific* virtual, em realidades ampliadas para além do espaço expositivo.

O *CONTINUUM* DAS EXPERIÊNCIAS CURATORIAIS

As redes sociais, assim, sugerem ser surpreendentes territórios para o estabelecimento de novas formas de conexão da Arte Contemporânea com seu público. Se a intenção acadêmica é aquela de comunicar diversificados produtos derivados das pesquisas em artes (subvertendo a lógica do sistema e mercado de arte), as curadorias artísticas virtuais abrem-se, em processo, para novas demandas: as exposições artísticas, de cunho autoral, dos próprios líderes do Grupo *aTempo* – visto que, docentes-pesquisadores, são também artistas: *Bichos!Bio-Vidros?*, de Regina Lara, e *Fun Selfies*, de Marcos Rizolli, prova a inovadora modalidade de curadorias cruzadas – em dimensão crítico-criativa, dimensionando a figura do artista-curador.

Figura 3 – Print do convite para as curadorias cruzadas, de Regina Lara e Marcos Rizolli, no Instagram do Grupo de Pesquisa.

Sobre a série *Bichos*, de Regina Lara, o curador Marcos Rizolli assim se expressa:

> "A artista brasileira Regina Lara tem dedicado toda sua carreira aos estudos avançados nas artes da terra e do fogo – cerâmica e vidro.
>
> Numa intensa produção derivada de seus estudos pós-doutorais realizados em Portugal, desenvolveu uma série de pequenos objetos-organismos: os biovidros!
>
> A artista vive e trabalha entre Campinas, São Paulo [Brasil] e Lisboa [Portugal] – cidades em que exerce sua ação multidimensional entre criação artística, ensino de pós-graduação e pesquisa em arte.
>
> Seus surpreendentes Bichos nascem do vidro fundido e estão configurados em pequenas esculturas-objetos.
>
> Regina Lara, artista-pesquisadora; professora-artista, lapidou seu apreço pelas artes do vidro a partir da história de seu tataravô – o artesão alemão Conrado Sorgenicht – que, no final do Século XIX, levou a arte do vitral para o Brasil. A artista se reconhece, então, como herdeira criativa de uma família detentora de sucessivas gerações de vitralistas.
>
> Contudo, além de atuar na conservação e divulgação de sua tradição familiar, adotou as artes do vidro como sua plataforma criativa.
>
> Neste momento, em seu ateliê-laboratório, a artista encontra motivação criativa para a produção de delicadas peças tridimensionais, ambicionando trabalhar com técnicas combinadas: fazendo convergir os processos do pâte de verre com a fundição sobre lâminas de vidro. Ou, sobre superfícies de cerâmica ou gesso, com o interesse de apresentar diversificadas volumetrias e texturas

vítreas: advindas de inventivos procedimentos de fragmentação e coloração da matéria – devidamente regidas pela tríade viso-conceitual: transparência, translucidez e opacidade – argumentos que orientaram a sua pesquisa pós-doutoral e que migraram, embrionariamente, para sua atividade artística.

Num sistema socialmente constituído, os campos da arte e da ciência se revelam interpenetrantes, provocando a constante renovação de conceitos que vão sendo compartilhados conforme os interesses de cada artista ou cientista. Os efeitos óticos do vidro, especialmente aqueles produzidos pelos feixes luminosos que lhes atravessa e orienta a concepção dos Bichos, certamente despertará novas consciências artísticas e científicas – dispostas à produção de linguagem-conhecimento."

Sobre *Fun Selfies*, de Marcos Rizolli, a curadora Regina Lara, assim se manifesta:

"Na série fotográfica FUN SELFIES *Marcos Rizolli nos incita a olhar fisionomias e posturas expressivas de artistas visuais, espelhadas no encontro com sua própria imagem. Num gesto contemporâneo baseado no* control C - control V *de imagens capturadas na internet, revela a face divertida de retratos de artistas consagrados no campo da arte, ampliados criativamente em sua própria face.*

Em ato criativo subsequente à experiência de pesquisa pós-doutoral – IA|UNESP|2012 – na qual estabeleceu diálogos metodológicos com alguns artistas para definir o conceito de imagens fixas seriadas (reprografias e infoimagens), Rizolli reverbera o que nomeou metodologias emprestadas, a apropriação e atualização de procedimentos técnicos daqueles artistas em sua própria produção visual.

Assim, de modo expandido, FUN SELFIES *apresenta-se como processo criativo pautado pelos conceitos e processos de citação e apropriação - não mais de seus métodos, imagens de arte... E, sim, de suas aparências.*

Rizolli toma, para ele, as almas dos artistas! Por intermédio de visualidades divertidas... Parcialmente (in)fiéis."

Então, as experiências curatoriais, algumas já vivenciadas e outras em processo de produção, em ambientes virtuais inauguram novas possibilidades para a circulação da Arte Contemporânea. Com isso, percebemos novas configurações para a função do Curador e novas demandas para o exercício das curadorias artísticas. Assim, sistematizadores do conhecimento avançado em Artes, professores-pesquisadores, professores-artistas e artistas-pesquisadores tomam para si a incumbência de identificar, experimentar e ocupar novos lugares... ainda que sejam os não-lugares da www!

CONCLUSÃO

Os presentes relatos reflexivos sobre curadorias artísticas virtuais bem podem orientar a prática curatorial na busca de alternativas expositivas - sempre em busca de um público amplo. Para além dos limites museológicos artistas e curadores podem comunicar sua arte e suas ideias: ocupam espaços urbanos (paredes, muros, ruas, praças, parques),

a paisagem (terras, águas e céus – próximos ou remotos), os corpos (intervenções, performances, atitudes). Com a tecnologia em seus favores, ocupam a virtualidade!

Como já sabemos, há muito, a arte deixou de ser veiculada na exclusividade do *Cubo Branco.* E nos lugares (espaços e tempos) da www artistas e curadores se adaptam e tornam-se aptos para essencial e contínua ação inovadora das Artes. Afinal, o fenômeno artístico deve ser exatamente como nos ensina a máxima de Theodor Adorno: *A arte, de fato, é o mundo outra vez, tão igual a ele, quanto dele desigual.*

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **A literatura e o leitor.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

ARNHEIM, R. **Intuição e Intelecto na Arte**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

CAUQUELIN, A. **Arte Contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

LIESER, W. **Arte Digital.** Berlim, Alemanha: H.F. Ullmann, 2008.

OBRIST, H. U. **Uma breve história da curadoria.** São Paulo: BEĨ, 2010.

POPPER, F. **Art of the Electronic Age.** New York, EUA: Thames and Hudson, 1993.

REAS, C. & McWILLIAMS, C. (2010) **FORM+CODE: In Design, Art, and Architecture***.* New York, EUA: Princeton Architectural Press, 2010.

aTempo.https://instagram.com/arte.linguagens.contemporaneas/.

CAPÍTULO 5

TRANSUMANISMO VIDA ETERNA, HUMANIDADE POTENCIALIZADA OU EUFORIA PRONTA PARA MERCANTILIZAÇÃO

Data de aceite: 21/09/2021

Leonardo de Souza Moura
Mestre em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP.
http://lattes.cnpq.br/9803524028139020

RESUMO: Este artigo reflete sobre a relação dos seres humanos com a inteligência artificial a partir da personagem transumana Bethany Bisme-Lyons, da série de ficção futurológica Years and Years (BBC, 2019). O intuito é fornecer informações para um debate que possa localizar se estamos, hoje, enquanto sociedade, mais próximos de experiências que podem potencializar nossas humanidades - entre elas, uma vida eterna - ou se estaríamos mais suscetíveis a ter meramente padrões de nosso comportamento assimilados pelo algoritmo, transformados em avatares que simulam nossa existência e escoados em produtos que perpetuam poder econômico. O aporte teórico principal serão os conceitos de mente, cognição e consciência do neurocientista Andrew Smart (2016) e os conceitos de pulsão e aparelho psíquico em Psicanálise. Complementaremos este aporte com os conceitos de programa e automação do filósofo Vilém Flusser (2017); os conceitos de trabalho e patriarcado no Manifesto Ciborgue, da bióloga e filosofa Donna Haraway (1986); a crítica à celebração tecnológica, entendida pelo filósofo Éric Sadin (2018) como estratégia de aculturação e ganho de mercado; e a crítica à mercantilização da rede e de seus actantes, dos pesquisadores em mídia José van Dijck, Thomas Poell e Martijn de Waal (2018).

PALAVRAS - CHAVE: Pós-humanismo, transumanismo, economia da informação, inteligência artificial, cognição.

TRANSHUMANISM ETERNAL LIFE, ENHANCED HUMANITY OR EUPHORIA READY FOR COMMERCIALIZATION

ABSTRACT: This article reflects on the relationship between human beings and artificial intelligence based on the transhuman character Bethany Bisme-Lyons, from the futuristic fiction series Years and Years (BBC, 2019). The aim is to provide information for a debate that can locate if we are, today, as a society, closer to experiences that can enhance our humanities - among them, an eternal life - or if we would be more susceptible to having merely patterns of our behavior assimilated by algorithm, transformed into avatars that simulate our existence and disposed of in products that perpetuate economic power. The main theoretical contribution are the concepts of mind, cognition and consciousness of the neuroscientist Andrew Smart (2016) and the concepts of drive and psychic apparatus in Psychoanalysis. We complement that contribution with the concepts of program and automation by the philosopher Vilém Flusser (2017); the concepts of work and patriarchy in the Cyborg Manifesto, by biologist and philosopher Donna Haraway (1986); the criticism of technological celebration, understood by the philosopher Éric Sadin (2018) as a strategy of acculturation and

market gain; and the criticism of the commercialization of the network and its actors, by media researchers José van Dijck, Thomas Poell and Martijn de Waal (2018).
KEYWORDS: Post-humanism, transhumanism, information economics, artificial intelligence, cognition.

INTRODUÇÃO

No final da série de TV Years and Years (BBC, 2019), a personagem Bethany Bisme-Lyons consolida a realização de um sonho: transforma-se em uma pessoa transumana. Isso significa que ela pôde acoplar em seu corpo elementos que fazem referência à vida de ciborgue, consolidando eletrônica, informática e redes sem fio para ampliar, por exemplo, suas capacidades de visão e cognição e, paralelamente, fazer transferência de aprendizados pessoais para a internet. Além disso, Bethany tornou-se a única pessoa da família a poder interagir, no episódio final da série, com a consciência da personagem Edith Lyons, sua tia. Edith teve suas características cognitivas e comportamentais transferidas para uma máquina que, após a sua morte, foi capaz de emular sua existência - possivelmente - eterna. Apesar do horror expresso pelos pais de Bethany quando a personagem declara, no início da série, que gostaria de ser transumana, a família parece, no decorrer da história, naturalizar a escolha da jovem - uma naturalização não muito diferente da que experienciamos na vida real com os atuais algoritmos de mecanismos de buscas, redes sociais, plataformas de entretenimento ou na interação com assistentes de voz. Years and Years, ao ensaiar um futuro tido como provável em nosso tempo, narra o que pode acontecer no mundo real a partir de nossa interação com as máquinas. Mas será que o material que foi transferido da consciência e do comportamento das personagens Edith e Bethany e, um dia, de nós mesmos é o que nos faz humanos? Há uma transferência de nossa humanidade, de fato, ou apenas uma cópia do que a máquina pôde assimilar de nossa cognição? E este aprendizado das máquinas a partir de nossa relação com os algoritmos amplia nossas potencialidades e interações com outros indivíduos ou nos torna redundantes à parte do funcionamento que os algoritmos conseguiram apreender de nossa vida?

A proposta deste artigo é, a partir do entusiasmo da personagem Bethany, refletir se a transferência de cognição à inteligência artificial, percebida atualmente em nossa cultura como importante para melhorar a interação das máquinas com nós mesmos, resguarda aquilo que nos faz humanos e pode garantir a nossa imortalidade a partir da apreensão da nossa cognição. O intuito é compreender que, na celebração à inteligência artificial e ao ciborgue, respondemos a um desejo de imortalidade cujo produto hoje mais próximo de ser viável é a mercantilização de avatares que simulam nossos comportamentos pelas corporações que controlam a internet, e não exatamente o sonhado propagar de nossa vida.

O SONHO DA IMORTALIDADE PELAS VIAS DA TECNOLOGIA

No sexto e último capítulo da série Years and Years, série produzida pela BBC e distribuída mundialmente pela HBO, a personagem Bethany, em uma espécie nuvem de inteligência artificial que conseguiu ativar a partir das ferramentas de expansão da sua cognição que acoplou em seu corpo, entra em diálogo com sua falecida tia Edith. Por ser literalmente uma ativista social e ecológica, Edith circulou por partes do mundo contaminadas por lixo radioativo no intuito de denunciar o descaso de governos, como o dos Estados Unidos e o da China, explicitando, por exemplo, onde eles estavam descartando seus resíduos tóxicos. Edith filmava as regiões, registrava o abuso e, com isso, na narrativa, conseguiu ser convidada para alguns programas de entrevistas e reportagens que expuseram sua denúncia alarmista. O preço pago pela iniciativa da ativista foi ter adquirido altos índices de radiação em seu corpo. Entretanto, isso não a abalava. Sua vida ganhava sentido por poder denunciar o que estava acontecendo, mesmo que isso acarretasse sua morte prematura. Com os sinais das doenças provocadas pela radiação avançando na personagem durante a série, a ativista pedia à família que não se preocupasse ou sofresse por ela, pois estava satisfeita com as escolhas que havia feito. Na cena da despedida da família a Edith, no momento de sua morte, sua sobrinha Bethany conversava com a consciência da tia que havia sido transferida para uma máquina por vias daquilo que a inteligência artificial conseguiu apreender durante o convívio. Esta apreensão configurou um avatar do que poderia ser Edith pelos padrões que a máquina assimilou de sua vida, de sua personalidade e, quem sabe, inclusive, de seus lapsos. Instrumentos como o celular e o *home assistant* (assistente que conecta aparelhos domésticos com internet a partir da interação com seres humanos) que promovia a conexão de Edith e toda a sua família foram utilizados durante diversos momentos da narrativa, o que demonstrava que os Lyons estavam conectados pela internet das coisas e, com isso, tinham seus comportamentos mapeados, apreendidos e também aprimorados pelos algoritmos da inteligência artificial - nada muito diferente do que vivenciamos como sociedade em vida real a partir da utilização das redes sociais, mecanismos de busca, sites de comércio eletrônico e, sobretudo, pela nossa relação com as plataformas de infraestrutura que centralizam estes produtos digitais que mapeiam e processam nossos hábitos - "uma plataforma é alimentada por dados, automatizada e organizada por meio de algoritmos e interfaces, formalizada por relações de propriedade direcionada por modelos de negócios e governada por acordos de usuários (van Dijck; Poell; de Waal, 2018, p.9, a tradução é nossa)[1].

1 Na obra The Platform Society. Public values in a connective world, os autores propõem classificar as plataformas como "infraestruturais e setoriais. As mais influentes são as plataformas infraestruturais, muitas delas pertencentes e operadas pelas Big Five [Alphabet, Amazon, Apple, Facebook e Microsoft]; eles formam o coração do ecossistema sobre o qual muitas outras plataformas e aplicativos podem ser construídos. Eles também servem como gatekeepers online por meio dos quais os fluxos de dados são gerenciados, processados, armazenados e canalizados. Serviços de infraestrutura incluem mecanismos de busca e navegadores, servidores de dados e computação em nuvem, e-mail e mensagens instantâneas, redes sociais, redes de publicidade, lojas de aplicativos, sistemas de pagamento, serviços de identificação, análise de dados, hospedagem de vídeo, serviços geoespaciais e de navegação e um número crescente

Na capítulo final da série, numa cerimônia semelhante a um velório, o restante da família assistia à interação de Bethany com aquilo que não questionaram, mas pareciam endossar que, de fato, representaria o que restava de vida da tia Edith. Interagiam com este avatar da personagem sem indagar até que ponto ele era uma representação ou uma extensão do que Edith fora em vida. Teria de haver alguma forma de perguntar a este ser transferido para a máquina se ele se reconhecia como a pessoa que fora em carne e osso. Entretanto, a série não questionava este ponto. Parecia naturalizá-lo. Vencer a morte ou não aceitar limites da carne sempre foram um paradigma do homem que, nesta ficção, se viabilizaram. Segundo o filósofo Vilém Flusser, fazer uso da comunicação humana é um “artifício cuja intenção é nos fazer esquecer a brutal falta de sentido de uma vida condenada à morte” (2017, p. 87). O uso que fazemos de nosso corpo biológico e o que a ele acoplamos para potencializá-lo são um exercício da atividade inerente ao ser humano. E o uso que se faz desta atividade para domar o ambiente é próprio de nossa natureza. Flusser classifica estas manifestações pós-modernas de atividade como “automação” e “programa”.

> Destarte, os conceitos de “automação” e “programa” passaram a ocupar o centro do interesse da humanidade pós-moderna. “Automação” significa rápida computação de coincidências, junção cega e inerte de átomos (e outros elementos) ao sabor do acaso. E “programa” significa para a automação no instante preciso no qual a coincidência desejada se forma. O aparelho automático rola automaticamente ao sabor do acaso, e para segundo o programa quando tiver alcançado a meta desejada (FLUSSER, 2008, p. 76).

Não conseguimos, enquanto humanidade, determinar qual seria o limite deste modo de funcionamento. Exercemos uma atividade que se retro-alimenta de atividade. E, agora, a potencializamos de forma automatizada: tornamo-nos escravos daquilo que em nós mesmos foi assimilado pelo algoritmo. E que, hoje, está atrelado a serviço de empresas que propagam que a amenização dos sofrimentos humanos ou o aumento de nossas potencialidades podem se dar pela tecnologia das plataformas, entre elas, as redes sociais.

PULSÃO, ATIVIDADE E MERCADO

Em linha com os conceitos de programa e automação de Flusser, o mercado pode ser classificado como uma instituição que assegura na cultura os elementos da pulsão de dominação e controle do ser humano. Na definição psicanalítica, uma pulsão é um “processo dinâmico que consiste numa pressão ou força (carga energética, fator de motricidade) que faz tender o organismo para um alvo” (Laplanche; Pontalis, 1986, p.506). Freud, pai da Psicanálise, não chegou a precisar o conceito de pulsão de dominação (*Bemächtigungstrieb*) em sua teoria, porém outro psicanalista, Ives Hendrick, o fez. Na

---

de outros serviços. Um segundo tipo são as plataformas setoriais, que atendem a um determinado setor ou nicho, como notícias, transporte, alimentação, educação, saúde, finanças ou hospitalidade.” (van Dijck; Poell; de Waal, 2018, p.13, a tradução é nossa).

tese de Hendrik, “existe um *instinct to master* (grifo do autor), necessidade de dominar o meio circunvizinho (...). Esta pulsão é originariamente assexual; pode ser libidinizada secundariamente, na sua aliança com o sadismo” (Hendrick apud Laplanche; Pontalis, 1986, p.515).

Se formos analisar nosso entorno a partir da natureza e as funcionalidades civilizatórias, é notório que tivemos ganhos a partir da pulsão de domínio, indo além da comunicação elucidada por Flusser, que se traduziu em linguagem e colaboração. Estabelecemos objetivos comuns enquanto seres humanos; superamos a fome, com exceção de países em que, por questões políticas, não conseguem transferir renda e garantir comida e terra a toda a população; combatemos pragas e outras doenças pela ação de remédios, vacinas e antibióticos; e amadurecemos o entendimento da luta armada como uma atitude excepcional para a resolução de conflitos - os conflitos armados no mundo em 2016, por exemplo, mataram menos que suicídio[2]. Todos os produtos da atividade humana estão também associados a alguns dos maiores desastres e desafios que enfrentamos enquanto humanidade. Hoje, há um colapso ecológico que é o saldo de um pensamento não responsável pela cadeia completa do ciclo de vida de qualquer produto a ser comercializado. A tecnologia, que auxilia no mapeamento e nas soluções que podem ser trazidas para resolver o colapso ecológico, está mais aplicada à disrupção de nossa economia, de nossa filosofia e de nossa biologia. Os algoritmos que expressam esta disrupção tecnológica são o suprassumo desta atividade pulsional humana.

Na visão da personagem Bethany e de sua família, a interação com a cognição apreendida da tia Edith é a interação com o que pôde ser assimilado pelas máquinas que com ela interagiam. Na série, a máquina principal, que tem protagonismo por conectar a família, é o assistente de voz “Signor”. Interpretado pela voz do ator britânico Glen McCready, Signor está presente como ponto de conexão nos momentos não só triviais como também afetivos da família Lyons. O conteúdo das interações da família era assimilado em uma plataforma que permitia mediar e entender os modelos, padrões de conexão e preferências do grupo. Signor é uma versão fictícia de aparelhos vendidos por empresas como Amazon e Google e de seus assistentes virtuais, como a Alexa, conectados a estes *home assistants*. A interação destes agentes eletrônicos com agentes humanos transfere inteligência a robôs que simulam outros agentes humanos - inclusive podem, no futuro, simular a nós mesmos. A publicidade da experiência com estes produtos propaga uma expansão das potencialidades humanas pela máquina, além de proporcionar conforto e praticidade. É o que podíamos ver em 2019 na comunicação do Amazon Echo no Brasil, por exemplo, cujo comercial criado pela agência de publicidade WMcCann mostra pai e filha interagindo ao som da música Tempos Modernos, do compositor Lulu Santos, do toca-discos ao *home*

2 De acordo com a https://save.org, mais de 800 mil pessoas se suicidam anualmente. Os conflitos armados mataram, em 2016, cerca de 87 mil pessoas de acordo com a https://ourworldindata.org. Pela mesma organização, em 2017, terrorismo foi responsável por 0,05% das mortes mundiais.

assistant Amazon Echo, com o auxílio da assistente virtual Alexa, também da Amazon. No Reino Unido, outro filme publicitário, lançado em setembro de 2019, mostrava o mesmo dispositivo (Amazon Echo) e a mesma assistente virtual (Alexa) auxiliando uma mulher cega na sua rotina matinal, checando a previsão do tempo e as horas. Esta promessa de ampliação de nossos potenciais parte do aumento das conexões humanas que existem com os algoritmos e aprofundam o conhecimento das esferas mais íntimas de cada um de nós enquanto sujeitos. Pelo foco do mercado em expandir a experiência de seres humanos com os algoritmos mediados pelas máquinas, essa ampliação potencial pode ir além dos limites que hoje conhecemos, atravessando as interações banais e apresentando um modo de viver que pode caminhar para a fetichização do modelo ciborgue-humano, como no caso de Bethany Bisme-Lyons em Years and Years. Se o fetiche irá se concretizar, ainda se trata de especulação, mas a realidade atual é que esta interação já transfere conhecimento ao algoritmo e conclui sua meta de apreensão da cognição humana ao reproduzir tudo o que foi assimilado na interação com a máquina. Isso já se exemplifica em nossas vidas com nossos aplicativos de mobilidade urbana nos surpreendendo ao sugerirem para onde devemos ir pelos nossos hábitos em determinados dias da semana a partir de nossa localização. Ou pelo assistente virtual no celular ao recomendar o envio de mensagens a certas pessoas em horários específicos.

Na série, Edith morreu e sua alma segue copiada no ciberespaço, conceito que "especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informação que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo" (Lévy, 1999, p. 17). O registro foi feito. Resta-nos refletir, a partir do próximo tópico, se o que está apreendido pela máquina na forma de Edith poderia ser definido como a apreensão de sua humanidade.

CODIFICAÇÃO E HUMANIDADE

O transumanismo de Bethany à luz do neurocientista Andrew Smart pode ser interpretado com ceticismo em relação à interação eufórica da personagem com o avatar de sua recém-falecida tia. Em seu livro Beyond Zero and One (Além de Zero e Um, 2016, a tradução é nossa), Smart aponta que é conveniente para uma plataforma, como, por exemplo, o Google, fundamentar que criar inteligência na forma digital é resolver equações computacionais cada vez mais complexas e de forma cada vez mais rápida (pos 241). O problema fundamental que o neurocientista apresenta nesta obra é que imaginar que tudo pode ser matematizado e reproduzido computacionalmente evidencia uma incompreensão da consciência humana, elucidando, neste ponto, que sua visão sobre o que está na máquina não considera que ela possa ser humana.

Há neurocientistas, como a do americano Michael Shadlen, da Universidade de Columbia (Nova York, Estados Unidos), e matemáticos, como o inglês Alan Turing (1912-

1954), assumem que a consciência humana é baseada em informação e computação algorítmica e, por isso, pode ser matematizada.

> Acredito que os princípios do funcionamento cerebral, subjacentes a formas simples de raciocínio e tomada de decisão, também sejam os blocos de construção da cognição humana. Os circuitos cerebrais suportam a integração de evidências de diversas fontes (por exemplo, sentidos e memória), atribuem mais ou menos peso a pistas que diferem em sua confiabilidade, calculam custos e benefícios esperados associados a resultados esperados, processam o tempo decorrido para cumprir um prazo ou para avaliar o custo temporal e implementar regras (como decidir sobre o que decidir) e políticas (equilibrar precisão e velocidade) (SHADLEN, 2020, a tradução é nossa).

Turing também acreditava que a cognição humana, quando entendida como algo lógico, seguia um padrão que poderia ser decodificado e transferido para uma máquina: “podemos esperar que as máquinas acabem competindo com os homens em todos os campos puramente intelectuais” (1950, a tradução é nossa). Quando se refere especificamente à consciência, Andrew Smart também parte desta assunção, pois é a parte lógica de nosso cérebro. Smart é da ciência positivista, como qualquer neurocientista, mas defini-se como “um filósofo de coração” (2016, pos 191). E tem como busca pessoal aquilo que, na sua visão, pode ser classificado como infalivelmente humano. Para ele, é fundamental separar consciência de inteligência. Criticamente, o autor argumenta que boa parte da ciência cognitiva apresenta consciência e inteligência como se fossem coisas muito semelhantes. Mas é evidente, em sua visão, que consciência é uma alucinação, já que a maior parte da atividade de nosso cérebro permanece inconsciente. E Smart propõe comprovar sua tese a partir da alucinação por LSD, a dietilamida do ácido lisérgico, um dos maiores alucinógenos conhecidos pelo homem.

> Nós só temos conhecimento das criações que o nosso cérebro faz do mundo para nós mesmos. Em outras palavras, o que vemos, ouvimos e subsequentemente pensamos são como filmes que nosso cérebro reproduz após um fato em si. Estes filmes são baseados em percepções que vêm aos nossos sentidos do mundo exterior, mas elas ainda assim são ficções criadas pelo nosso cérebro. Na verdade, poderíamos inserir o disclaimer “baseado numa história real” em todas as experiências que vivenciamos (SMART, 2016, pos 267, a tradução é nossa).

O que Smart salienta é que seria, por exemplo, impossível que todas as pessoas reagissem da mesma forma diante de dados que são apreendidos pelos sentidos do mundo externo e real. Nossas sensações consideram aquilo que nossos sentidos apreendem cognitivamente, é claro, mas a tradução que fazemos internamente depende do aporte que nosso aparelho psíquico dá para o fato. Tal aporte permite retomar como estrutura o aparelho psíquico a partir da teoria psicanalítica. A contribuição do neurocientista para a Psicanálise e da Psicanálise para a teoria de Smart é mútua. A Psicanálise entende a estruturação do aparelho psíquico, do qual a consciência é uma parte, pelas experiências corpóreas marcadas sobretudo na primeira infância (0 aos 6 anos). O neurocientista

também entende a consciência como setor parcial de nossa mente e traz a provocação do LSD como componente comprovatório da sua tese, o que permitiria entender que nossa consciência não funciona objetivamente como uma calculadora complexa diante de fatos: há muita articulação com o corpo e com a linguagem inconsciente para determinar as percepções e reações aos fatos do mundo.

De acordo com o Vocabulário de Psicanálise (Laplanche; Pontalis, 1986), o aparelho psíquico ou mental tem a função de “manter ao nível mais baixo possível a energia interna de um organismo” (p.65). Objetivamente, a estrutura psíquica do sujeito parte do corpo, ou do que Freud chama de id, um “reservatório primitivo de energia psíquica” (Ibid, p.285). Nossa mente tende a resguardar o equilíbrio deste elemento regulando os investimentos que fará no mundo. O id contém a forma não-constituída de linguagem que compõe a parte neuronal de todos nós como seres humanos. É do id que se forma o ego, pela convivência e pelas experiências que o sujeito teve na sua relação com a mãe enquanto bebê, e em seus desdobramentos na relação familiar até o final da primeira infância (em torno dos 6 anos de idade). Sua caixa neuronal reagiu aos estímulos externos e, de certa forma, alucinou ao sentir-se em segurança ou em perigo pela forma com que experienciou a vivência com este outro ser que lhe proporcionou a maternidade. Por maternidade, entendemos não só a concepção do indivíduo desejado ainda no ventre materno como, também, protegido, celebrado, alimentado e educado quando chega ao mundo. As experiências que o bebê tem na sua relação com a mãe vão constituir os primeiros sinais de que suas demandas serão ou não atendidas. É a partir desta experiência que, em seu corpo e, posteriormente, em sua mente, o neném começa a alucinar seus desejos e seus primeiros estágios de consciência. Donald Winnicot, reconhecido autor e profissional da Escola Inglesa de Psicanálise, já apontava que o bebê alucina o seio materno, sendo a amamentação no colo da mãe sua experiência de maior completude, buscando resgatar aquilo que foi perdido quando veio ao mundo: o paraíso sem tensões do ventre materno (1952). Ao alucinar, o bebê pode desejar algo, e convoca pelo choro a mãe para satisfazer este desejo até o momento em que não exatamente será atendido conforme alucinou.

A complexidade com que a criança se estrutura para a decodificação de um mundo previamente codificado, no qual precisará inserir-se para ir atrás de seus desejos, amparada pelas vivências já registradas em sua psique, formam o que a Psicanálise classifica, primariamente, como estruturas neurótica, psicótica ou perversa. Em resumo, o neurótico entende que algo lhe falta, mas concorda em abrir mão do desejo original (a posse da mãe) para inscrever-se na cultura e codificar necessidades de seus aparelho psíquico em forma de linguagem; o psicótico, incapaz de lidar com a falta, recorre a um estágio de falsa completude, mostrando-se deslocado do pacto civilizatório; e o perverso cria suas próprias lei e visão do mundo como uma forma de negar as proibições ou castrações aceitas pelo neurótico, numa ilusão de atravessar de maneira incólume o temor à castração que Freud expõe nos Três Ensaios sobre a Sexualidade, no qual disseca o Complexo de

Édipo[3]. Ressalto que a teoria psicanalítica não reduz seres humanos a três categorias tão simplificadamente, pois o campo lida com as relações das três estruturas em cada sujeito e seus desdobramentos na cultura e na clínica. Mas o ponto é o fato de que, em Psicanálise, formar linguagem é negociar uma participação na cultura para atender necessidades originárias no corpo e configuradas plasticamente em nossa mente de formas diferentes para serem atendidas. A consciência é, assim, um estágio possibilitado por uma relação de alteridade com este outro que nos permite alucinar sobre nós mesmos (entendendo que somos um ser individual), sobre o outro (que é entendido como fora de nós) e sobre necessidades que podem ser transformadas em desejos.

O psicanalista francês Jacques Lacan chama esta fase inicial da criança de uma travessia narcísica do estádio do espelho, uma referência de como nos veem e como nos vemos. É uma relação permitida apenas pela alteridade, ou seja, em função de um outro que marca esta diferença, representado sobretudo pela figura materna. Na fase inicial do estádio do espelho, a criança vivencia a experiência de ser o centro do mundo, ou o centro familiar, o que a faz sentir-se o "eu ideal". Ao ver-se refletida nos olhos de seus cuidadores, ela responde, na sua constituição enquanto sujeito, de forma a buscar seu desejo alucinado a partir do ponto em que o objeto original (mãe) lhe é negado. Para Lacan, neste momento, o sujeito adentra a fase do "ideal do eu", ou seja, aquilo que pode sonhar para si mesmo e negociar na cultura: "essa relação erótica em que o indivíduo humano se fixa numa imagem que o aliena em si mesmo, aí está a energia e aí está a forma de onde se origina a organização que ele chamará de seu *eu*" (Lacan apud Nasio, 1997, p.70). A consciência se torna a chave para as suas realizações desde então. Coincidentemente, e consequentemente, é nesta fase que a criança melhor assimila o tempo, a lei e as imagens, marcando no sujeito a sua memória cronológica iniciada na saída da primeira infância. A consciência passa a ser a ferramenta que, em vigília, procura resguardar o ego e o corpo, ou seja, todo o aparelho psíquico.

Se um sujeito passar por experiências com drogas psicotrópicas (aquelas que agem no sistema nervoso central com a capacidade de mudar a percepção que o indivíduo tem do entorno), como propõe Andrew Smart, sua relação com os objetos externos é prejudicada. As falhas do aparelho perceptivo convocam o sujeito a "não pensar direito", diríamos. Muito do que seu corpo expressa em linguagem parece descabido no caso do álcool, inconclusivo no caso da maconha ou irreal no caso do LSD. Este alucinógeno, ao ser primeiramente assimilado pelo corpo, promove alterações que se estruturam em outras camadas da mente, sem a ação do filtro regulatório do córtex pré-frontal, apontado por Smart e por outros neurocientistas como a região do cérebro fundamental para organizar nossa percepção do mundo. O córtex pré-frontal é "um diretor da orquestra mental que

3 Complexo de Édipo é o "conjunto organizado de desejos amorosos e hostis que a criança experimenta relativamente aos pais. Sob a sua chamada forma positiva, o complexo apresenta-se como na história de Édipo-Rei: desejo da morte do rival que é o personagem do mesmo sexo e desejo sexual da personagem do sexo oposto. Sob a forma negativa, apresenta-se inversamente: amor pelo progenitor do mesmo sexo e ódio ciumento ao progenitor do sexo oposto.

desempenha um papel muito importante no recrutamento e na organização da informação em curso de processamento, sequenciando as informações envolvidas nas atividades cognitivas comuns e na evocação de memórias" (González e Ángel, 2013, p.147, a tradução é nossa). No entanto:

> estudos indicam que moléculas psicodélicas causam a diminuição da atividade e da conectividade dos principais receptores do cérebro, habilitando um estado de cognições irrestritas. A conexão entre o córtex pré-frontal e o córtex cingulado posterior é perturbada pelos psicodélicos. Em outras palavras, e talvez contra-intuitivamente, alucinógenos mais ou menos desconectam parcialmente algumas regiões do cérebros de outras e permitem experiências que podem ser geradas livremente pela combinação de regiões alternativas do cérebro (SMART, 2016, pos 2709, a tradução é nossa).

A CONSCIÊNCIA NATURAL

Smart aponta outros neurocientistas reconhecidos, entre eles o brasileiro Miguel Nicolelis e o português António Damásio, citados pelo autor, que garantem que nossos sentidos determinam os conteúdos de nossas experiências de consciência. Damásio, por exemplo, no livro A Estranha Ordem das Coisas (2017), coloca como a regulação homeostática das células precede toda a experiência neuronal que pode ser traduzida em sentimentos e em consciência.

> Historicamente falando, o nível de percepção baseada em sentir e responder precede as mentes, e também está presente hoje em organismos dotados de mentes. Na maioria das situações normais, nossa mente responde a material que foi sentido e engendra mais respostas, na forma de representações mentais e de ações digeridas mentalmente (DAMÁSIO, 2017, p.89).

Em Muito Além do Nosso Eu (2017), Nicolelis apresenta argumentação na mesma linha ao relatar casos de pacientes com os chamados membros fantasma - membros que foram amputados mas que, ainda assim, podem ser sentidos pelos seus portadores.

> 90% dos pacientes que sofrem amputações - milhões de pessoas espalhadas por todo o mundo - experimentam os sintomas que caracterizam o que a literatura médica chama de "membro fantasma": a vívida sensação de que uma parte do corpo que não existe mais permanece ativa e ligada a ele (NICOLELIS, 2017, p.98).

Smart simplifica com humor a explicação dele e dos cientistas supracitados: "é como se seu cérebro soubesse que precisa de café antes de sua consciência manifestar este desejo" (2016, pos 578). Em recapitulação com base na Psicanálise e na Neurociência, o corpo sente faltas por ter sido separado de seu objeto original, uma experiência anterior, logo há inconscientemente um repertório do que pode ser traduzido com apoio a estas faltas e, num momento de busca de energia ou aconchego, o café pode ser uma possibilidade que

se imprime em nossa consciência após nossas células já terem feito todo este caminho. Smart diz que "a Inteligência Artificial tenta reproduzir este trajeto no esforço de codificar como o cérebro reage e representa o mundo. Mas a visão e a consciência do mundo são construções do cérebro" (pos 1624). Acrescenta:

> Quando um esquizofrênico ouve vozes, estas vozes, para ele, são reais. Neste sentido, alucinações são percepções reais e não erros cometidos pelo cérebro. É que estas alucinações não são particularmente úteis para o alucinador usar em suas negociações com o mundo externo (SMART, 2016, pos 1664, a tradução é nossa).

Smart, como neurocientista, se empenha em comprovar seus pontos pelos estímulos nas regiões do cérebro diante de determinadas situações. Seu esforço, pela provocação do LSD, é mostrar que supermáquinas não podem simular seres humanos, pois nossas manifestações de consciência que resultam em ações e reações ao mundo externo partem de processamentos biopsíquicos, ou seja, uma combinação de necessidades do corpo e estruturação do inconsciente em linguagem. Como uma máquina poderia reproduzir isso é o que questiona.

A CONSCIÊNCIA ARTIFICIAL

Se a inteligência humana, na visão da Psicanálise e do neurocientista Andrew Smart, não pode ser reproduzida ou transferida para a máquina, caminha para se tornar possível, ao menos, como ensaia Years and Years, que nossa consciência seja copiada pela inteligência artificial para realizar uma simulação do que seríamos enquanto seres humanos. Donna Haraway alerta em Manifesto Ciborgue (1985) sobre consequências pouco refletidas sobre a celebração da inteligência artificial. Para ela, a inteligência artificial é uma espécie de patriarcado codificado que pode ter, como foco, substituir o próprio homem: "o que está em jogo, na conexão ocidental, é o fim do homem" (p.58). Continua: "a ciência e a tecnologia fornecem fontes renovadas de poder, que nós precisamos de fontes renovadas de análise e de ação política" (Latour apud Haraway p.67). A dominação das mulheres é uma crítica da autora, e a cultura high tech faz parte dessas formas de dominação. Em linha do que observa Flusser ao conceituar "automação" e "programa", Haraway explicita que a relação homem-máquina é um hibridismo perpetuado essencialmente humano, ainda que de forma inconsequente: "a máquina coincide conosco, com nossos processos; ela é um aspecto de nossa corporificação", (Haraway, 1985, p.97). Se em nosso corpo podemos entender os movimentos pulsionais de dominação, se esta pulsão está associada à atividade e esta atividade plastificou-se de forma patriarcal em instituições produtivas como Estado, escola, Igreja e Mercado, "o principal problema com os ciborgues é, obviamente, que eles são filhos ilegítimos do militarismo e do capitalismo patriarcal, isso para não mencionar o socialismo de estado", (Ibid, p. 40). O agravante, para a autora, é que os ciborgues são filhos de pais

que podem ser por eles dispensados.

Hoje, estamos num estágio do capitalismo que agrava esta preocupação. Vivemos uma sociedade de concentração de capital tecnológico entre as 5 grandes empresas de tecnologia: "Alphabet-Google, Facebook, Apple, Amazon e Microsoft, cujas sedes estão localizadas fisicamente na costa oeste dos Estados Unidos" (van Dijck; Poell; de Waal, 2018, p.12, a tradução é nossa). O filósofo francês Éric Sadin intitulou sua obra-crítica ao processo de concentração nestas 5 empresas e de seus *modi operandi* como A Siliconização do Mundo (2018, a tradução é nossa). Em sua visão, estas empresas, beneficiadas por modelos de desregulamentação pregados por Milton Friedman e os *Chicago Boys*[4], além de estarem embebidas do modo de pensar da Califórnia, uma terra que precisou reinventar constantemente seu futuro desde a ocupação a partir da marcha americana para o Oeste[5], expandem sua dinâmica de sobrevivência para o mundo de maneira a perpetuar seu poder econômico e a sua existência.

De todos os movimentos políticos e de classe que culminaram na aquisição de direitos como forma de proteção da vida profissional e pessoal, Sadin coloca que "a extensão dos sensores sobre nossas superfícies corporais, domésticas e profissionais, cruzada com a potência da inteligência artificial, constitui o horizonte industrial principal de nossa época e da terceira década do século XXI" (2018, p.27). Ocupá-lo é concretizar o "tempo eufórico de uma economia digital em plena implantação destinada a monetizar cada circunstância espaço-temporal singular" (Ibid, p.28).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O horror dos pais de Bethany no início da série Years and Years, quando a filha declarou que se tornaria transumana, parecia um horror frente a algo que jamais poderiam imaginar aplicado ao corpo físico e simbólico que os progenitores desejaram para sua criança. Bethany crescia e fazia escolhas novas frente às referências do seu tempo. No entanto, de nenhuma forma este horror dos personagens paternos na série era uma expressão declarada das preocupações dos pensadores apresentados neste artigo. Procuramos contribuir para refletir sobre o que constitui aquilo que pode ser chamado de nosso *eu* pelo entendimento do que seria essencialmente humano. E procuramos alertar que podemos estar próximos da colonização deste *eu* a partir da reprodução da nossa cognição em plataformas capazes de simular nossa existência para nos transformar em produtos artificiais de nós mesmos.

Há ainda um amplo debate no campo da Neurociência, da Psicanálise e da própria prática das plataformas digitais sobre os limites e possibilidades da transferência e da expansão da consciência para máquinas por via da interação com os algoritmos da

4 Nome dado a 25 economistas chilenos que, inspirados pela escola liberal de Chicago, formaram a política econômica do governo do General Pinochet.
5 Anexação de territórios pelas colônias americanas rumo ao Pacífico por vias de ocupação e compras de terras durante o século XIX.

inteligência artificial. O que podemos considerar, à luz de Andrew Smart e da Psicanálise, é que, por enquanto, as plataformas podem caminhar para uma cópia daquilo que, em parte, compõe nossa humanidade: a consciência. Aprofundar a capacidade técnica para tornar a máquina capaz de reproduzir nossas subjetividades ou funcionamento homeostático a ponto de gerar sentimento e permiti-la reconhecer-se como um ser autônomo - mesmo sendo uma cópia de nós mesmos - é algo em construção na academia e em corporações interessadas no tema. Na sociedade, os limites éticos deste debate ainda são incipientes. Em linha com o debate ético, é preciso considerar a crítica do conceito de Dantas de mais-valia 2.0 (2014), no qual o homem é agente e produtor de conteúdo não (ou mal) remunerado pelas plataformas que comercializam o resultado das interações entre seus agentes. Nossas cópias algorítmicas, simulando nossa própria atuação em rede e circulando livremente como nossas reproduções, podem trazer algum alento aos que conosco se relacionam e podem de fato expandir possibilidades e potencialidades. Mas, desde já, é preciso estarmos cientes que, enquanto agentes não-humanos reproduzirem nossos padrões sem estabelecermos limites éticos, o produto mais palpável será um inventário de articulações proto-humanas pronto para ser comercializado por empresas detentoras de tecnologia para isso. Criticar a humanidade destas reproduções é o intuito do neurocientista Andrew Smart; combatê-las é o desejo da filósofa Donna Haraway; e regular estas práticas, que certamente seguirão sendo feitas, é a urgência apontada pelos autores José van Dijck, Martijn de Waal e Thomas Poell.

REFERÊNCIAS

BRAINS Make Decisions the Way Alan Turing Cracked Codes. Smithsonian Magazine. 11 de fevereiro de 2015. Disponível em https://www.smithsonianmag.com/science-nature/brains-make-decisions-way-alan-turing-cracked-codes-180954212/. Acesso em 18/01/2020

COMERCIAL Amazon Echo no Brasil. **Tudo Celular.** 22 de outubro de 2019. Disponível em https://www.tudocelular.com/tech/noticias/n148139/amazon-brasil-campanha-de-lancamento-alexa-e-echo.html. Acesso em 26/11/2019

COMERCIAL Amazon no Reino Unido. **Campaign.** 02 de setembro de 2019. Disponível em https://www.campaignlive.co.uk/article/amazon-alexa-helps-blind-woman-rnib-approved-ad/1595228. Acesso em 26/11/2019

DANTAS, Marcos. **Mais-valia 2.0:** produção e apropriação de valor nas redes do capital. Eptic (UFS), v. 16, p. 85, 2014.

FLUSSER, V. **O universo das imagens técnicas**: elogio da superficialidade. São Paulo: Annablume, 2008.

FLUSSER, V. **O mundo codificado**: por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Ubu Editora, 2017.

GONZÁLEZ, M. A. A. ORTEGA, M. T., VALIENTE, C. M. **Princípios de Neurociencias para psicólogos.** Buenos Aires: Ediciones Paidós, 2013.

HARAWAY, D.; KUNZRU, H.; TADEU, T. **Antropologia do ciborgue:** as vertigens do pós humano. Belo Horizonte: Autêntica, 2000.

LAPLANCE, J. E PONTALIS, J-B. **Vocabulário da Psicanálise**. 9a. ed. brasileira. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora, 1986.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

NASIO, J. D. **Lições sobre os 7 conceitos cruciais da Psicanálise.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 1997.

NICOLELIS, M. **Muito além do nosso eu:** a nova Neurociência que une cérebro e máquinas - e como ela pode mudar nossas vidas. São Paulo: Planeta, 2017.

PASQUALE, F. **A esfera pública automatizada**. Revista Líbero, V.20, N.39, pp.16-35, 2017

SADIN, Eric. **La siliconización del mundo**: la irresistible expansión del liberalismo digital. Buenos Aires: Caja Negra Editora, 2018.

SHADLEN Lab. **Our researches.** Disponível em https://shadlenlab.columbia.edu. Acesso em 18/01/2020.

SMART, A. **Beyond Zero and One**: Machines, Psychedelics, and Consciousness. Nova Iorque e Londres: OR Books, 2015.

TURING, A. **Computing machinery and intelligence.** 1 de outubro de 1950. Disponível em https://academic.oup.com/mind/article/LIX/236/433/986238. Acesso em 18/01/2020.

VAN DIJCK, J.; POELL, T.; DE WAAL, M. **The platform society:** Public values in a connective world. Oxford University Press, 2018.

WINNICOTT, D. **Psicoses e Cuidados Maternos.** In: D. Winnicott, *Da Pediatria à Psicanálise - Obras Escolhidas* (p. 455). Rio de Janeiro: Imago, 1952/2000.

CAPÍTULO 6
GAYS DE DIREITA E A NOVA ONDA CONSERVADORA: A NEGAÇÃO DE SI MESMO E A CONTRADIÇÃO DO CONSERVADORISMO NOS COSTUMES POR PARTE DE MEMBROS DA COMUNIDADE LGBT+

Data de aceite: 21/09/2021

Alexandre Lauriano Copelli
Universidade Cidade de São Paulo
São Paulo, SP

Trabalho apresentado ao GT 3: Ativismos e resistências do movimento de LGBT+ na Jornada Identidades, Gêneros, Corpos e Sexualidades - Berro! Expressão e Comunicação LGBT.

RESUMO: Procurando compreender a nova onda conservadora e a contradição dos membros da Comunidade LGBT+ que se declaram conservadores nos costumes, este estudo inicialmente conceitua o espectro político, descreve a história e os conceitos basilares da direita, e de sua relação com a religião, para em seguida procurar compreender as características dessa guinada à direita, principalmente a ocorrida no Brasil com a influência dos movimentos evangélicos. Ao final, citam-se casos de políticos LGBT+ conservadores, com seus modos próprios de ativismo antirrevolucionário e de antirresistência, realizando uma análise crítica desse processo de cooptação por um sistema que lhes usa ao mesmo tempo em que ideologicamente lhes despreza.
PALAVRAS - CHAVE: Gays de Direita; Nova Onda Conservadora; Conservadorismo nos Costumes; Comunidade LGBT+.

ABSTRACT: Seeking to understand the new conservative wave and the contradiction of LGBT+ Community members who declare themselves conservative in customs, this study initially conceptualizes the political spectrum, describes the history and basic concepts of the right, and its relationship with religion, and then try to understand the characteristics of this shift to the right, especially the one that took place in Brazil under the influence of evangelical movements. At the end, there are cases of conservative LGBT+ politicians, with their own modes of anti-revolutionary and anti-resistance activism, carrying out a critical analysis of this process of co-option by a system that uses them while ideologically despises them.
KEYWORDS: Right-wing gays; New Conservative Wave; Conservatism in Customs; LGBT+ community

1 | INTRODUÇÃO

Como questão norteadora, esse estudo procura compreender o contrassenso presente na identificação de alguns membros da comunidade LGBT+ com o conservadorismo nos costumes. Isso porque, historicamente, o conservadorismo nos costumes, presente na ideologia da direita política, é fruto da moral e da ideologia cristã da Idade Média, baseada nos ensinamentos da bíblia, e, consequentemente, completamente avessa aos comportamentos e sexualidades diversas.

Diante isso, e procurando compreende

esses novos atores políticos, e seu modo próprio de conservadorismo nos costumes, esse artigo inicialmente descreve as manifestações do espectro político de direita, sua história e suas bases, bem como sua estreita ligação com a igreja, para em seguida tratar da guinada à direita ocorrida na política internacional, principalmente a partir de meados de 2010.

Por fim, através de exemplos de políticos e figuras públicas da comunidade LGBT+, que se identificam com um pensamento político de direita, e com um conservadorismo nos costumes, procura-se compreender esse novo ator político e suas particularidades, bem como realizar uma análise crítica do papel contrarrevolucionário e de antirresistência operado por eles em sua busca de consonância com as forças opressoras e mantenedoras das desigualdades impostas aos membros da comunidade LGBT+, da qual também fazem parte ainda que a neguem.

2 I O ESPECTRO POLÍTICO E A DIREITA CONTEMPORÂNEA BRASILEIRA

Gonçalves (2017) explica que o uso dos termos “direita” e “esquerda” dentro do espectro político remonta à Revolução Francesa, quando dois grupos com ideias diversas sobre os modos de condução da sociedade, girondinos e jacobinos, sentavam-se respectivamente à direita e à esquerda do salão da Assembleia Nacional Francesa. O principal ponto de divergência entre esses dois grupos relacionava-se às noções de liberdade e igualdade, sendo que para os girondinos a liberdade deveria ser priorizada, enquanto para os jacobinos a defesa da justiça social, pela igualdade, deveria ser o principal foco de luta. Contudo, ao invés de serem tidos como forças contrárias, deve-se notar que esses dois polos dicotômicos formam uma relação de caráter contraposto e interdependente, onde apenas através do seu equilíbrio é que a sociedade pode encontrar estabilidade.

A partir dessa diferenciação surgem outros termos largamente utilizados para descrever pessoas alinhadas a essas ideologias, tais como: “conservador” ou “reacionário”, para se referir às pessoas de direita, e “progressista” ou “revolucionário”, para denominar os que se alinham à esquerda. Os conservadores são aqueles que procuram favorecer a manutenção das configurações vigentes na sociedade, enquanto os progressistas buscam realizar uma transformação radical visando maior igualdade social (GONÇALVES, 2017).

Nesse contexto, o pensamento conservador procurava manter as estruturas sociais estabelecidas, mantendo o modo de vida e de organização social da Idade Média, em contraponto aos movimentos progressistas do Iluminismo que procurava realizar profundas transformações nessas estruturas, e que se manifestou mais fortemente através da Revolução Francesa e da Revolução Industrial (GONÇALVES, 2017).

Visando a manutenção dessas estruturas, os conservadores, desde o princípio, mantiveram fortes laços com as instituições de poder estabelecidas, tais como a religião e a família. Para a ideologia conservadora, todas as mudanças sociais e culturais instauradas

pela sociedade ocidental na Modernidade são reflexos de uma degeneração e de uma decadência social e moral. Por isso, na base do conservadorismo assentam-se as ideologias da moral cristã, bem como os modos de vida e as instituições pré-modernas.

2.1 Os laços que unem o conservadorismo de direita à religião e ao fundamentalismo

Com a base do conservadorismo fundada sobre o ideal de manutenção das estruturas sociais e valores anteriores ao Iluminismo, e procurando manter o poder nas mãos das instituições que operavam na Idade Média, sua relação com a igreja é quase que indissociável, e para compreender um, se faz necessário compreender o outro.

Para Santos (2012), a história das religiões é também a história do proselitismo religioso, que opera através de um movimento contínuo em busca da expansão de suas doutrinas, de seu domínio e seu poder. Explicando esse percurso histórico, o autor conta que as noções de liberdade religiosa, liberdade de expressão e de crença, que são vigentes nos Estados Democráticos de Direito, foram conquistadas após muitas lutas contra o julgo da Igreja Católica Medieval, sendo conquistas do Iluminismo e da Modernidade.

Desde que o cristianismo deixou de ser uma dissidência perseguida pelo judaísmo, tornando-se a religião oficial do Império Romano, sua doutrina procurou fundamentar-se, transformando-se na fonte legitimadora do poder imperial e impondo sua ideologia pela força até um limite insustentável, quando a igreja começou a ameaçar até mesmo os poderes temporais e terrenos dos imperadores (SANTOS, 2012).

O processo de mudança gradual de poder ocorrido na Modernidade, com o fortalecimento do Estado e consequente enfraquecimento do domínio da Igreja Medieval, que se dividiu pelos movimentos protestantes, seguiu à revelia da luta conservadora que queria retomar e fortalecer o poder das velhas instituições e os velhos valores. Mas no início do século XX, segundo Amaladoss (2002), essa corrente conservadora fortaleceu-se com o surgimento de uma nova escola conservadora nos Estados Unidos, os fundamentalistas cristãos protestantes.

Se o protestantismo foi em parte um dos responsáveis pela perda de poder da igreja católica medieval, e consequentemente pela laicização do Estado e de seus valores, criados para refrear a guerra religiosa que se instaurou entre essas duas dissidências, foi ele também que trouxe esse novo fôlego conservador, que desde o século XX veio crescendo até chegar a essa nova onda conservadora que agora se observa.

No início dessa onda conservadora, os religiosos protestantes dos EUA começaram a se voltar contra os crescentes avanços tecnológicos e científicos frutos da Revolução Industrial. Sentindo que suas crenças estavam cada vez mais ameaçadas por teorias tal como a da evolução das espécies, de Charles Darwin, eles iniciaram o movimento do fundamentalismo cristão contemporâneo (AMALADOSS, 2002).

Guardando um sentimento saudosista, próprio do conservadorismo, e enxergando

todas as mudanças sociais pós-iluministas como uma espécie de degradação moral e social, esses religiosos tornaram-se os precursores dos movimentos fundamentalistas cristãos da atualidade. Isso porque entendiam que as teorias científicas afrontavam o texto bíblico em sua narrativa de criação, e que se construíam a partir de uma visão ateísta de mundo, numa visão puramente naturalista, descartando a necessidade de um Deus criador (AMALADOSS, 2002).

Esses mesmos grupos fundamentalistas paulatinamente foram se voltando contra outras filosofias, teorias e escolas de pensamento, tal como o comunismo, que para eles era considerado um propagador do ateísmo e de todas as degradações da Modernidade (AMALADOSS, 2002). Ganhando cada vez mais força, esses grupos fundamentalistas seguiram crescendo e se espalhando pelo mundo, sendo eles os precursores do fundamentalismo protestante e evangélico brasileiro.

Baseando-se nessas premissas históricas, fica demonstrada a estreita ligação entre a ideologia de direita e às ideologias religiosas e fundamentalistas. O que mostra o perigo dessa ideologia conservadora, e seu potencial violento e injusto. Isso porque, como explica Amaladoss (2002), toda religião é potencialmente violenta em suas bases, sendo uma instituição estruturalmente fundamentalista (por considera-se detentora da verdade única), e proselitista, (por acreditar-se imbuída do dever de converter os outros para as suas verdades). Ou seja, sempre que a religião procura converter o outro, que deveria poder professar sua própria fé sem a necessidade de ser constrangido, comete violência.

Nesse sentido, quando o pensamento político, seja ele de direita ou de esquerda, associa-se à religião, estabelece um perigoso precedente de violência. Isso porque a maioria das religiões fundamenta-se na noção de bem e mal, onde, por consequência, o bem estará sempre associado a si próprio, e ao seu grupo, enquanto o mal será imputado à todos aqueles que pensam de modo diverso, que possuem outros modos de vida ou outros valores. Por essa visão fundamentalista, aqueles que não creem nas bases de sua doutrina e na literalidade de seu livro sagrado estarão automaticamente associados com o mal, com o Diabo, com aquele com o qual Deus está em guerra declarada (AMALADOSS, 2002).

Para o pensamento fundamentalista, todos aqueles que possuem crenças e morais diversas devem ser combatidos ideológica ou fisicamente. Nessa luta, a violência não somente é aceita, mas até mesmo encorajada. É assim que uma "guerra justa" torna-se uma "guerra santa", uma jihad, ou uma cruzada para destruir aqueles que são inimigos de Deus e a causa de todo o sofrimento que se abate sobre os homens (AMALADOSS, 2002).

É preciso observar, porém, que essa análise associativa entre o pensamento de direita, como concebido inicialmente em suas raízes históricas, e o fundamentalismo religioso, trata principalmente das raízes do conservadorismo nos costumes. Essa associação com a religião não é tão necessária quando falamos do conservadorismo econômico, que não é o foco deste estudo. Aqui, cabe-se analisar os novos movimentos conservadores nos costumes, sua associação com as ideologias religiosas, principalmente

com as correntes evangélicas que ganham cada vez mais poder político, e a participação de membros da comunidade LGBT+ nesses movimentos.

2.2 A distribuição religiosa no Brasil e sua crescente participação política

Segundo dados do último censo demográfico do IBGE, de 2010, no Brasil 86,8% das pessoas declaram-se cristãs, sendo que desses 64,6% são católicos e 22,2% evangélicos das mais diversas denominações. Esses dois grupos dominantes assumem um grande destaque na política nacional, com grande influência sobre os votos de seu eleitorado, apoiando políticos que se posicionam de acordo com seus interesses, e lutando contra as propostas de grupos sociais contrários a suas ideologias (SOUZA, 2013).

Todavia, o crescimento numérico dos evangélicos nas últimas décadas mostra uma tendência de superação do catolicismo nos próximos anos. Essa projeção é do IBGE (2010), e a perspectiva é de que até o ano de 2020, na realização do próximo censo, esse grupo religioso plural já represente a maioria da população brasileira.

Os evangélicos que a princípio tinham uma participação política discreta passaram a adquirir maior visibilidade a partir da Assembleia Constituinte de 1988. Foi quando a maioria de seus representantes se alinharam em torno de seus interesses e passaram a atuar como um grupo político, formando a atual Bancada Evangélica que gradualmente vem ganhando mais poder no congresso e no senado. Desde então, esse estreitamento das relações da igreja com o Estado tem gerado questionamentos quanto à laicidade do Estado brasileiro, e suscitado dúvidas quanto a seus perigos potenciais (SOUZA, 2013).

A Bancada Evangélica vem crescendo nas últimas eleições, e isso mostra a forte relação dos religiosos com a política, bem como o seu poder crescente de impingirem suas ideologias, agendas, crenças e valores pessoais à população brasileira em geral. Segundo dados do DIAP (2018), nos últimos pleitos a Bancada Evangélica teve um crescimento médio de 20%, e nas eleições de 2018 eles mais do que dobraram sua representação no senado, passando de 3 para 7 parlamentares.

Aumentando o contingente desse grupo aumenta-se também sua força política, como evidenciado pela última eleição presidencial brasileira, de 2018, onde Jair Bolsonaro foi eleito, sendo o primeiro presidente brasileiro alinhado ao cristianismo evangélico. Para sua vitória ele contou com o apoio de grandes lideranças evangélicas, e utilizou um s*logan* de campanha descaradamente proselitista que proclamava o “Brasil acima de tudo e Deus acima de todos”, o que lhe trouxe resultados, pois segundo Alves (2018), foi de fato o voto evangélico que garantiu sua vitória em segundo turno.

2.3 A nova onda conservadora no Brasil

Brugnago e Chaia (2015), explicando essa nova tendência conservadora no Brasil, dizem que até o ano de 2013 o país vivia em uma aparente apatia política. A população demonstrava pouco interesse no assunto e os partidos dispensavam suas ideologias para atuarem mais próximos de um centrismo ideológico. Esse descrédito da população no

processo político provavelmente foi resultado da ditadura militar e de seu lento processo de abertura, o que criou uma geração não habituada a lidar com o seu poder democrático.

Após as manifestações ocorridas em junho de 2013, contudo, esse cenário mudou. Nessa reviravolta, a identificação das pessoas com as posições políticas da esquerda e da direta afloraram. As manifestações tomaram as ruas de todo o país com reinvindicações diversas e permeadas por um sentimento de saturação e de insatisfação generalizada. Ainda dentro das próprias manifestações já começaram a despontar rapidamente as diferenças ideológicas, separando a massa de pessoas em dois rumos de militância opostos (BRUGNAGO e CHAIA, 2015).

No início não se sabia a duração e a força que essas manifestações teriam, mas elas provaram-se persistentes e mantiveram-se até as eleições de 2014, onde de um lado a esquerda se mobilizou contra o que seria um projeto neoliberal do PSDB, enquanto a direita conservadora começou a fomentar um forte antipetismo, declarado como antipartidário. A partir de então, o radicalismo conservador da direita começou a crescer e a adquirir elementos de ódio (BRUGNAGO e CHAIA, 2015).

Procurando compreender esse fenômeno, Cepêda (2018) fala de trabalhos que buscam estabelecer o contexto histórico, as causas e os efeitos por trás desse novo padrão de disputa política fortemente ideologizada, surgida a partir de 2013, com a crescente predominância da direita. Esses estudos apresentam seis hipóteses acerca do protagonismo assumido por intelectuais da nova direita brasileira: [1] coerência com o momento histórico e com o cenário internacional, entendendo a nova direita como um fenômeno global; [2] o distanciamento da ditadura, que com o passar do tempo esmaece na memória dos brasileiros e distorce a percepção sobre os riscos e vícios do autoritarismo; [3] as mudanças tecnológicas e funcionais da indústria cultural; [4] a criação de espaços institucionalizados para produção e difusão do pensamento liberal ou de direita, principalmente na internet; [5] os sucessos e fracassos dos governos de esquerda do país, aumentando a força da polarização política; [6] a crise do sistema partidário e do sistema representativo, gerando uma espécie de ódio à democracia.

Porém, Cepêda (2018) faz uma alerta contra a generalização das pessoas envolvidas nos movimentos de direita, uma vez que “a nova direita” é apenas um rótulo utilizado para denominar um movimento extremamente plural. No caso brasileiro, por exemplo, esse movimento aglutinaria:

> [...] entusiastas do regime militar, que desejariam uma ação pela força para destroçar o atual estado de coisas; [...] conservadores que se moldam a um viés mais “continental” europeu, preferindo uma roupagem mais “religiosa”; [...] defensores do retorno da monarquia; [...] “libertários”, que pregam a privatização de tudo quanto possam e, em um ponto extremo, chegam ao anarco-capitalismo (BERLANZA, 2017, apud CEPÊDA, 2018, p.53)

São, portanto, muitas as direitas emergentes nesse novo cenário mundial, e muitas as possíveis causas de seu processo de ascensão. Procurando explicá-las, Coutinho (2018), um ensaísta e cientista político português, expõe seus pensamentos sobre o conservadorismo ao qual ele mesmo é filiado. Segundo o autor, o maior perigo dessa nova direita é sua nefasta associação entre o pensamento político e a fé. Para ele, a direita coerente deveria estar mais próxima do ceticismo, longe da mentalidade radical e utópica que levaram ao fascismo e ao nazismo. O que mostra que o conservadorismo econômico e o pensamento de direita podem se manifestar dissociados de um conservadorismo nos costumes retrógrado e baseado na perigosa moral cristã daqueles que não aceitam as diferenças.

2.3.1 O medo como arma da virada ideológica e ferramenta de cooptação religiosa

O medo sempre foi utilizado como ferramenta política e de dominação, seja pela religião, seja pelo Estado. Sobre esse processo do medo na sociedade Ocidental, Ramoneda (2000) escreve:

> No Ocidente houve um empenho para construir um novo inimigo, porque o medo é sempre uma ajuda para o governante. O inimigo é o Outro, o que põe em perigo a própria identidade, seja a ameaça real ou induzida. O temor ao Outro favorece a coesão nacional em torno do poder e faz com que a cidadania seja menos exigente com os que governam. (RAMONEDA, 2000, p.22)

Marilena Chauí, descrevendo o processo de surgimento da religião, do fundamentalismo e do poder teológico-político, diz que para Espinoza a base dessas instituições é a superstição, que não é nada mais do que fruto do medo. "*A que ponto o medo ensandece os homens! O medo é a causa que origina e alimenta a superstição [...] os homens só se deixam dominar pela superstição enquanto têm medo [...]*" (ESPINOSA, 1925, apud CHAUÍ, 2006, p.135).

O filósofo Slavoj Zizek também fala dessa questão do medo usado como ferramenta política e de dominação, descrevendo um processo das sociedades contemporâneas que criam uma aglutinação de diversos medos difusos em um centro comum, atribuindo-o a certos objetos, pessoas e contextos. No caso das ultimas eleições brasileiras, por exemplo, o medo comum passou a girar em torno da figura do Partido dos Trabalhadores (PT). Por esse processo, todos os medos, do desemprego, da miséria, da fome, e etc., foram inteligentemente associados pela direita como se fossem única e exclusivamente responsabilidades do governo do PT (BRUGNAGO e CHAIA, 2015).

O uso do medo como ferramenta política não é recente, e processos parecidos com o ocorrido nas últimas eleições podem ser encontrados em diversos períodos históricos, como por exemplo, no poder que a Igreja Católica conquistou na Idade Média (através do

medo da perdição eterna), ou no golpe militar de 1964, quando a ameaça clássica do medo vermelho, representado pelo comunismo, toma conta do imaginário popular brasileiro a ponto de grande parte das pessoas oferecerem seu apoio à ditadura que se instaurava (BRUGNAGO e CHAIA, 2015).

Desse modo, percebe-se que além de o medo ser uma grande ferramenta de dominação política, ele sempre trás alguma associação com a religião, no sentido de que sempre opera pela dicotomia básica nós-eles, bem e mal, sempre buscando a conversão proselitista do outro que, ao pensar diferente do grupo ao qual pertenço, encarna todos os males e recebe a culpa por todos os meus medos.

Esse medo do outro, do diferente, e de aspectos de nós mesmos que a moral religiosa condena e nos ensina também a condenar, pode ser uma das causas que garantam a cooptação de membros da Comunidade LGBT+ para ideologias claramente contrárias à sua essência, sua sexualidade e seu modo de ser. O medo do inferno, da perdição eterna e do "pecado da homossexualidade" infelizmente ainda apresenta-se muito vivo no imaginário de grande parte dos LGBTs, e de muitos desses líderes políticos e religiosos que, ainda que fazendo parte desse grupo, negam-no para negarem-se a si mesmos e apaziguarem esse medo do "pecado" que acreditam carregar.

3 | LGBTS IDENTIFICADOS COM O CONSERVADORISMO NOS COSTUMES E A NEGAÇÃO DE SI MESMOS

A direita política está intimamente ligada à manutenção de valores, instituições e estruturas sociais conservadoras, como a igreja. Essa relação histórica é ainda muito forte e presente, e pode ser verificada pelos discursos de políticos, líderes religiosos e membros das diversas religiões que, insistentemente, afirmam o desejo explicito de unir as esferas políticas, sociais e religiosas, criando uma sociedade cada vez mais afinada com seus valores, ideais, crenças e dogmas. Por isso, a questão do conservadorismo nos costumes está indissociavelmente ligada à questão religiosa, e leva ao questionamento que norteia esse estudo: o conservadorismo nos costumes por parte de membros da comunidade LGBT+ não se configura em um contrassenso?

Santos (2003), analisando a difusão da teologia na vida cotidiana da civilização ocidental, diz que a penetração do discurso religioso se dá por uma constante incitação do medo de si mesmo. Isso porque, para a autora, o sujeito não é algo em si, determinado a priori e independente do contexto social e da dimensão afetiva, o sujeito é constituído por seus afetos, portanto, mudem-se os seus sentimentos e você mudará a pessoa.

Ao instigar medo no sujeito, e, principalmente, um medo de si próprio, consegue-se coopta-lo para qualquer coisa. Se o indivíduo passa a se entender como sendo o seu grande obstáculo, ele estará disposto a voltar-se mais docilmente para o outro em busca de um caminho. Se as vozes em sua cabeça e seus desejos mais íntimos são pecaminosos,

e o levarão à perdição eterna, quais vozes externas deverá ouvir? Aquelas que ofereçam discursos de esperança, e que alinhadas com essa culpabilização de si mesmo, que ele já aceitou como verdade, ofereçam possibilidade de apaziguamento para aqueles medos internos que aprendeu a cultivar.

Desse modo, é fácil compreender que uma pessoa religiosa escolha ideologias políticas de contenção e de negação de si próprio. Lutando externamente contra aquilo que é, mas não quer ser, contra aquilo que não pode se permitir ser, diante do grande medo da perdição que lhe foi incutido. São esses sentimentos que gestam personalidades como as citadas adiante, de homossexuais que entram na política não para lutar por sua causa e pela libertação desse julgo social nefasto em si, e em seus iguais, mas para atravancar-lhes o caminho. Essas pessoas, muitas vezes, farão essa luta crendo mesmo estarem imbuídas de alguma missão religiosa, salvadora, e que lhes trará, no futuro distante de alguma outra vida, um apaziguamento para essa tensão interna que a aceitação ajudaria a resolver.

3.1 Os Capitães do Mato e a política de antirresistência dos gays conservadores

Inicialmente, é preciso pontuar que esse não é um fenômeno brasileiro, já que de acordo com Thomaz (2018), a emergência de figuras públicas e políticas que se declaram homossexuais de direita, e conservadores nos costumes, é uma ocorrência observada em diversos países. Como exemplo, o autor cita o caso de Florian Philippot, coordenador da campanha presidencial de Le Pen, política francesa de extrema-direita, que em 2014 foi declarado homossexual por uma revista, através da publicação de fotos suas com seu namorado. Em um partido conhecido por seu antissemitismo, racismo e homofobia, essa notícia, entendida por muitos como oportuna, abriu as portas para seu uso político na tentativa de uma aproximação com eleitorado LGBT.

Além de Philippot, um dia antes da revelação acerca de sua sexualidade, o ativista gay Sébastien Chenu deixou o partido UMP, União por um Movimento Popular, de centro-direita, para também ingressar na Frente Nacional da França, partido pelo qual foi eleito deputado nas eleições legislativas de 2017. Esses dois eventos combinados aumentaram as suspeitas de que o partido teria decidido voltar-se conscientemente para a causa gay em busca de votos (THOMAZ, 2018).

No Brasil, no ano de 2006, Clodovil Hernandes, figura pública, tornou-se deputado federal, sendo o mais votado naquele ano. Homossexual assumido, mas não resolvido, preenchia todos os requisitos do conservadorismo moral, sendo inclusive contra o casamento entre homossexuais, por motivos religiosos: “O que é realmente certo diante do poder superior, que a gente chama de Deus, é o homem e a mulher porque eles geram uma outra alma que vem ao mundo” (CLODOVIL HERNANDES, apud THOMAZ, 2018).

Mais recentemente, em uma reportagem sobre gays de direita, feita por Thomaz (2018), foram entrevistadas algumas figuras publicas que se identificam como conservadores nos costumes, apesar da contradição flagrante entre essa ideologia e suas sexualidades.

Um desses jovens, por exemplo, é Rommel Werneck, professor, ativista político e um dos coordenadores do grupo Direita São Paulo. Ele é homossexual assumido, católico, mas acredita que sua sexualidade é incompatível com sua própria fé. Vai à missa nos domingos, mas não se confessa, pois, segundo ele, sua situação de vida não permite.

Ainda de acordo com a reportagem de Thomaz (2018), a condição sexual de Werneck não gera quaisquer constrangimentos ou tentativa de impedimento no grupo Direita São Paulo, ao qual é filiado. Mas, a questão que se coloca sobre a aceitação de Werneck ou de outros homossexuais na mesma situação, como a suposta aceitação de Philippot por seu partido francês historicamente homofóbico, é se essa seria uma aceitação verdadeira ou uma aceitação conveniente. Essas figuras, ainda que homossexuais, estão ali justamente para lutar contra as agendas de luta pela igualdade dos movimentos LGBT+, que eles negam. Vale lembrar que na época da escravidão, negros também eram bem aceitos como Capitães do Mato, quando estavam ali ao lado da classe dominante apenas para servirem de ferramenta para manutenção da escravidão de seus iguais.

Outro personagem entrevistado por Thomaz (2018) é Smith Hays, engenheiro de 30 anos de idade, com mais de 50mil seguidores em uma de suas redes sociais, até a data da entrevista, e que se define como um gay de direita. Defensor da família tradicional, ele foi um dos fortes influenciadores na campanha de 2018 do então presidenciável Jair Bolsonaro, afirmando acreditar que o então presidenciável não tinha nada contra os gays, mas mesmo que tivesse não se importaria.

Sobre a estranheza e a aparente contradição de que homossexuais assumidos apoiem pessoas, pensamentos e ideologias que os condenam, diz o jornalista Thomaz (2018):

> [...] se você é gay, como apoia alguém que publicamente desrespeita, faz troça, condena, difama e agride sua orientação sexual, algo de cunho tão íntimo e pessoal? Bolsonaro já disse que prefere que um filho seu morra num acidente do que apareça com "um bigodudo por aí", que ter filho gay é falta de "palmada" e que "ninguém gosta de homossexual", apenas suporta. (THOMAZ, 2018)

Provavelmente um dos motivos que permitem esse tipo de estranho comportamento, quase masoquista, é aquela complexa questão da culpa e do medo incutidos nos homossexuais pelas religiões, discutida anteriormente.

Continuando com apresentação de exemplos LGBTs que professam esse tipo de fé e de ideologia contrária a si próprio, outro nome em voga no país é o de Fernando Holiday, uma gay não praticante, segundo definição de Thomaz (2018). Isso porque o então vereador afirma ser gay, mas não fazer sexo em respeito à bíblia e à sua fé. "Desde a conversão, Holiday tem buscado seguir à risca o mandamento presente no Levítico (20:13): 'Se um homem se deitar com outro homem, como se fosse com mulher, ambos terão praticado abominação.'" (HOLIDAY, apud THOMAZ, 2018).

A triste afirmação retoma novamente o conceito da culpa e do medo da própria homossexualidade e de como a moral cristã pode aprisionar as pessoas em uma triste negação de si mesmas. O que se demonstra pelas sucessivas afirmações de Holiday acerca da própria fé e de sua contradição em relação à sua sexualidade: “O fato de eu namorar outro homem é um pecado. O fato de eu ter um desejo constante por outra pessoa do mesmo sexo, mas não fazer isso, não é um pecado. É a única saída em estar na Igreja Católica e ser homossexual*” (*HOLIDAY, apud THOMAZ, 2018).

Quando esses homossexuais filiados a partidos, instituições e grupos conservadores nos costumes procuram demonstrar que são bem aceitos nesses ambientes, de que tipo de aceitação se está falando? Pode ser chamado de aceitação essa tolerância que só aceita o outro quando ele pensa como eu, e reproduz a minha fala? É aceitação esse uso da pessoa LGBT para reproduzir a fala preconceituosa que esses grupos propagam? Porque essa mesma aceitação não se estende aos outros integrantes da comunidade LGBT+ que não aceitam ser chamados de pecadores, de doentes e que não permanecerão calados diante das tantas desigualdades e falta de direitos?

Um último caso que ilustra essa problemática é o do deputado estadual Douglas Garcia, do Partido Social Liberal, PSL, mesmo partido do presidente Jair Bolsonaro, que em entrevista à Revista Época de 2011 assumiu-se “preconceituoso com orgulho” (JAIR BOLSONARO, apud POMPEU, 2017). Em 2019, um dia após fala transfóbica de Douglas Garcia no plenário, onde disse que tiraria transexual do banheiro masculino a tapa, ele decide assumir sua homossexualidade apenas por conta de ameaças de vazamento de seus vídeos íntimos com outros homens (PORTAL PRAGMATISMOPOLÍTICO, 2019).

No entanto, o mais interessante desse caso, e que diz muito sobre seus medos, sua psique, e o real clima do seu partido em relação à homossexualidade, é o fato de Douglas Garcia ter pedido permissão para se assumir, com medo de que isso prejudicasse sua bancada. Num ato que deixou claro que tanto para ele, como para o partido e para a ideologia que segue, a homossexualidade está longe de ser aceita.

Na fala da deputada Janaina Paschoal, também do PSL, e que ficou incumbida de revelar a sexualidade de seu companheiro de partido, em plenário, ela cita o receio de Douglas Garcia: “ele veio falar comigo incrivelmente preocupado que isso pudesse prejudicar a bancada [do PSL], e eu falei pra ele, ‘filho, pelo amor de Deus, só se fossem pessoas absolutamente irracionais, não faz o menor sentido” (PORTAL PRAGMATISMOPOLÍTICO, 2019).

Ainda que o partido tenha lhe dado permissão de revelar sua sexualidade, e que a fala de Janaina Paschoal tenha tentado passar uma ideia de normalidade em relação ao assunto, porque justamente o homossexual envolvido na questão não sentia exatamente essa mesma confiança e esse mesmo clima amistoso para com a homossexualidade? Por que Douglas Garcia, sendo homossexual e fazendo parte daquele grupo receou em se assumir e sentiu a necessidade de pedir permissão para tanto? Será que a

homossexualidade é realmente tratada com tanta naturalidade por aquele partido e por sua ideologia, como fez parecer Janina Paschoal? Qual é o real clima, a real aceitação e o real status dos homossexuais dentro de grupos assumidamente conservadores?

Essas são questões a serem ainda pensadas e que só revelam a complexidade do quadro, e o quanto o preconceito e a violência ainda estão impregnados em vários setores da sociedade, mesmo que em muitos deles, procurando desarticular as forças dos movimentos LGBT+, se propague a falsa ideia de que já foram resolvidos e de que a luta é atualmente desnecessária.

4 | CONCLUSÃO

O conservadorismo nos costumes, da direita política, está intima e historicamente associado à manutenção de estruturas sociais tais como a religião e a família tradicional, buscando manter o poder, a moral, os valores, a ideologia e os dogmas dessas instituições. A religião, por sua vez, trabalha com duas bases de violência: a primeira é seu fundamentalismo inerente, já que praticamente todas as religiões se colocarão como as únicas detentoras da verdade, e a segunda forma intrínseca de violência é sua necessidade do proselitismo, uma vez que assumem a necessidade de converter aqueles que não professam a mesma fé ou não vivem sob os mesmos códigos morais e de conduta.

Se o conservadorismo procura a manutenção de instituições tal como concebidas há milhares de anos, onde a homossexualidade não era aceita, e a manutenção da moral religiosa que em seu código ético-moral, a bíblia, recomenda textualmente que os homossexuais sejam mortos (Levítico 20:13), não é possível ser um homossexual conservador nos costumes sem incorrer em uma grande contradição.

Neste sentido, o homossexual conservador nos costumes luta para manter um mundo que o nega. Luta em uma ação contrarrevolucionária que leva a uma antirresistência, ou seja, luta pela entrega, pela desistência e pela aceitação de todas as injustiças, violências e desigualdades que recaem sobre ele e seus iguais. Em uma guerra contra si mesmo, movida pelo medo e pela culpa de sua condição sexual, plantados pela moral religiosa que o dominou, mesmo que ele não necessariamente professe alguma fé específica.

Medo e culpa sempre foram as principais armas de dominação das religiões, por isso sua união com a política é sempre perigosa, e muitos conservadores econômicos e personalidades sérias da direita abominam essa união, tentando superá-la. O medo da perdição eterna, e do pecado que representaria a homossexualidade, ainda se manifesta fortemente no imaginário de grande parte da população, e de muitas dessas pessoas LGBTs que se assumem fundamentalistas ou conservadoras nos costumes, negando no outo o que gostariam de negar em si, e procurando apaziguar esse conflito que aceitação resolveria.

Esses LGBTs, cada vez mais aceitos nos meios de direita, não são aceitos porque

esses conservadores e religiosos fundamentalistas mudaram de ideia com respeito à homossexualidade, não são aceitos por serem quem são, mas justamente por serem a negação de sua sexualidade, a negação da luta a que eles sempre se contrapuseram.

REFERÊNCIAS

ALVES, José Eustáquio Diniz. **O voto evangélico garantiu a eleição de Jair Bolsonaro.** Instituto Humanitas Unisinos. 2018. Disponível em:<http://www.ihu. unisinos.br/78-noticias/584304-o-voto-evangelico-garantiu-a-eleicao-de-jair-bolsonaro>. Acesso em 10/04/2019.

AMALADOSS, Michael SJ. Religiões: violência ou diálogo? **Perspectiva Teológica**, V.34, p.179-196, 2002. Disponível em:< http://www.faje.edu.br/periodicos/index.php/perspectiva/article/view/ 631>. Acesso em 09/04/2019.

BRUGNAGO, Fabrício; CHAIA, Vera. A nova polarização política nas eleições de 2014: radicalização ideológica da direita no mundo contemporâneo do Facebook. **Revista de arte, mídia e política**, São Paulo, v.7, n.21, p.99-129, out.2014-jan. 2015. Disponível em:< https://revistas.pucsp.br/index.php/aurora/article/view/22032 >. Acesso em 13/04/2019.

CEPÊDA, Vera Alves. A Nova Direita no Brasil: contexto e matrizes conceituais. **Mediações**, londrina, v.23, n.2, p.75-122, mai./ago. 2018. Disponível em:< http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/34801>. Acesso em 14/04/2019.

CHAUÍ, Marilena. Fundamentalismo religioso: a questão do poder teológico-político. In **Filosofia Política Contemporãnea: Controvérsias sobre Civilização, Império e Cidadania**.São Paulo: Departamento de Ciência Política. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo. Abril 2006. Disponível em:< http://biblioteca.clacso.edu.ar/ar/libros/ secret/filopolconbr/Chaui.pdf>. Acesso em 14/04/2019.

COUTINHO, João Pereira. **As ideias conservadoras explicadas a revolucionários e reacionários**. São Paulo: Três Estrelas, 2018.

GONÇALVES, Ana Carolina Santiago. **A nova direita brasileira e sua atuação nos meios de comunicação e na web**. Trabalho de Conclusão de curso de Graduação em Ciência Política e Sociologia – Universidade Federal da Integração Latino-americana, Foz do Iguaçu, 2017. Disponível em:<>. Acesso em 10/04/2019

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Censo Demográfico de 2010**. Disponível em:< https://censo2010.ibge.gov.br/>. Acesso em: 14/04/2019.

PORTAL PRAGMATISMOPOLÍTICO [Online]. **Deputado transfóbico do PSL manda Janaína anunciar que ele saiu do armário**. 2019. Disponível em:< https://www.pragmatismopolitico .com. br/2019/04/deputado-psl-douglas-garcia-janaina-paschoal.html >. Acesso em 15/04/2019.

RAMONEDA, Josep. **Depois da paixão política**. São Paulo: Editora Senac, 2000.

SANTOS, Luciana Oliveira dos. O Medo Contemporâneo: Abordando suas diferentes dimensões. **Psicologia ciência e profissão**, 2003, v.23, n.2, p.48-55, 2003. Disponível em:< http://www.scielo. br/scielo.php?pid=S1414-98932003000200008&script=sci_abstract&tlng=pt >. Acesso em 15/04/2019.

SANTOS, Milene Cristina. **O Proselitismo religioso entre a Liberdade de expressão e o Discurso de ódio: a “Guerra santa” do Neopentecostalismo contra as Religiões afro-brasileiras**. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa da Pós-graduação em Direito da Faculdade de Direito da Universidade de Brasília. 2012. Disponível em: < http://repositorio.unb.br/handle/10482/13873 >. Acesso em: 05/04/2019.

SOUZA, Sandra Duarte de. Política religiosa e religião política: os evangélicos e o uso político do sexo. **Estudos de Religião**, v.27, n.1, p.177-201, jan.-jun. 2013. Disponível em:< http://dx.doi.org/10.15603/2176-1078/er.v27n1p177-201 >. Acesso em 13/04/2019.

POMPEU, Ana. As frases polêmicas de Jair Bolsonaro. **Congresso em Foco [Online]**. 2018. Disponível em:< https://congressoemfoco.uol.com.br/especial/noticias/as-frases-polemicas-de-jair-bolsonaro/ >. Acesso em 15/04/2019.

THOMAZ, Danilo. Gays de direita: o que pensam jovens homossexuais conservadores. **Revista Época**, 15 de jun. de 2018. Disponível em:< https://epoca.globo.com/politica/noticia/2018/06/gays-de-direita.html>. Acesso em 14/04/2019.

_______________. Como a extrema-direita francesa conquistou o apoio de grande parte da população gay. **Revista Época**, 16 de jun. de 2018. Disponível em:< https://epoca.globo.com/ mundo/noticia/2018/06/como-extrema-direita-francesa-conquistou-o-apoio-de-grande-parte-da-populacao-gay.html>. Acesso em 14/04/2019.

_______________. Gay de direita, Clodovil é lembrado por polêmicas no Plenário. **Revista Época**, 18 de jun. de 2018. Disponível em:< https://epoca.globo.com/politica/ noticia/2018/06/gay-de-direita-clodovil-e-lembrado-por-polemicas-no-plenario.html>. Acesso em 14/04/2019.

SOBRE O ORGANIZADOR

FABIANO ELOY ATÍLIO BATISTA - Doutorando e Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Economia Doméstica (PPGED) - área de concentração em Família e Sociedade - pela Universidade Federal de Viçosa (UFV), atuando na linha de pesquisa Trabalho, Consumo e Cultura. É bacharel em Ciências Humanas, pelo Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Juiz de Fora (BACH/ICH - UFJF); licenciado em Artes Visuais, pelo Centro Universitário UNINTER; e, tecnólogo em Design de Moda, pela Faculdade Estácio de Sá -Juiz de Fora/MG. Realizou cursos de especialização nas seguintes áreas: Moda, Cultura de Moda e Arte, pelo Instituto de Artes e Design da Faculdade Federal de Juiz de Fora (IAD/UFJF); Televisão, Cinema e Mídias Digitais, pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (FACOM/UFJF); Ensino de Artes Visuais, pela Faculdade de Educação da Universidade Federal de Juiz de Fora (FACED/UFJF); e, Docência na Educação Profissional e Tecnológica, pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sudeste de Minas Gerais - Campus Rio Pomba (IF Rio Pomba). Tem interesse nas áreas: Moda e Design; Arte e Educação; Relações de Gênero e Sexualidade; Mídia e Estudos Culturais; Corpo, Juventude e Envelhecimento, dentre outras possibilidades de pesquisa num viés da interdisciplinaridade.

ÍNDICE REMISSIVO

L

M

N

P

R

S

T

V

www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br
@atenaeditora
www.facebook.com/atenaeditora.com.br

COMUNICAÇÃO E CULTURA:

processos contemporâneos

Ano 2021

www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br
@atenaeditora
www.facebook.com/atenaeditora.com.br

processos contemporâneos

Ano 2021